

4 – 7 feb 2007



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

nr. 37 a/ i

febbraio 2007

Comunicato finale

È di nuovo record: 5% di operatori in più visitano ispo winter 07

- Dal 4 al 7 febbraio 2007 64.242 operatori di 114 Paesi hanno varcato i cancelli di ispo
- Atmosfera positiva al Salone: il numero dei visitatori conferma l'interesse costante del commercio specializzato per i trend e le novità
- Oltre il 50% dei visitatori si è interessato all'acquisto di prodotti tessili – affermazione dell'orientamento di ispo verso lo sportstyle
- La nuova superficie delle innovazioni con Wearable Technologies, ispo Best Ager ed i vincitori di ispo Award nonché i progetti per le giovani generazioni è stata accolta con grande entusiasmo
- Molto ben visitati il VOLVO SportsDesign FORUM ed il Congresso di sportsponsoring

ispo winter 07, che si è svolto dal 4 al 7 febbraio 2007 su 180.000 mq suddivisi in 17 padiglioni ed ha quindi occupato per la prima volta l'intera superficie espositiva a disposizione del nuovo Centro Fieristico di Monaco di Baviera, ha registrato durante le sue quattro intense giornate fieristiche ben circa 64.000 operatori (2006: 61.087) con un aumento di quasi il 5% rispetto all'anno precedente. Dopo il record di estensione superficiale e quello della presenza degli espositori, ispo mette a segno anche un nuovo primato relativo alla partecipazione dei visitatori, che fin dal primo giorno dell'evento hanno fatto registrare un flusso crescente di giorno in giorno. Nonostante la mancanza di neve in questa stagione invernale, queste cifre da record dei visitatori confermano il costante interesse del commercio specializzato per i nuovi trend, il nuovo orientamento e la preparazione concentrata della prossima stagione invernale.

Con un 65% di presenze straniere fra i visitatori ed un 84% di espositori esteri, anche la partecipazione internazionale si è confermata agli alti livelli di sempre. In media si registra

un aumento dei visitatori provenienti dall'Europa Orientale e dalla Russia, dai Paesi Bassi e dalla Gran Bretagna è stata rilevata una crescita di oltre il 20%, dalla Svizzera del 14%, dalla Repubblica ceca dell'11%, dall'Italia del 7% e dall'Austria del 6%.

Il commercio specializzato di prodotti tessili e di calzature in particolare ha registrato un incremento dei visitatori e un aumento della propensione all'acquisto, confermando così positivamente la scelta di ispo di orientarsi verso lo sportstyle. Se nel 2006 solo il 40% circa dei visitatori dichiarava di volersi informare sull'offerta attuale di prodotti tessili, dall'abbigliamento funzionale alla moda sportiva per il tempo libero, quest'anno gli interessati hanno superato il 50%. Quasi il 22% degli operatori ha concentrato la sua attenzione sugli sci, il 10% sul board, il 9% sull'attrezzistica outdoor ed il 9% su fitness e running.

Le conclusioni di Manfred Wutzlhofer, presidente della direzione della Messe München GmbH: "ispo winter 07 passerà alla storia di ispo come il salone dei record. Dopo un aumento della superficie e del numero degli espositori possiamo segnalare anche un record di visitatori. La partecipazione e l'interesse crescenti da parte del commercio specializzato dei prodotti tessili e calzaturieri conferma l'ulteriore sviluppo di ispo quale piattaforma unica nel suo genere per l'offerta di abbigliamento sportivo per il tempo libero oltre che per i capi tecnici e funzionali. Nonostante la difficile stagione invernale, l'atmosfera del Salone è stata positiva. I produttori hanno esposto al Salone numerose novità e gli operatori li hanno premiati con un grande interesse verso i nuovi prodotti, tendenze e collezioni".

1.970 espositori (2006: 1.633) hanno presentato a Monaco di Baviera i loro ultimi ritrovati e le collezioni di moda per la prossima stagione invernale 2007/2008. Per la prima volta è stata creata una superficie esclusiva dedicata alle innovazioni nel padiglione A2 per fornire al commercio specializzato un panorama compatto e concentrato. Questo spazio ha ospitato le nuove formule di Wearable Technologies ed ispo Best Ager nonché le innovazioni dei vincitori degli ispo Award ed i progetti per le giovani generazioni. Gli organizzatori di ispo sono molto impegnati da anni nello scouting di marchi e tendenze. Quest'inverno sono stati assegnati nuovamente 50 riconoscimenti prodotti innovativi di operatori attivi nel campo della fashion, dell'attrezzistica e della calzatura e designer.

In particolare sono stati accolti con grande entusiasmo ispovision ed i nuovi eleganti padiglioni ideati espressamente per la community dello sportstyle_ispo. Morgan Boeri, buyer della Galerie Lafayette di Parigi: "ispo si è sviluppato molto bene, l'atmosfera nei padiglioni è carica di toni positivi. In particolare mi è piaciuto ispovision che ospita fantastici

marchi e prodotti. Lo scorso inverno ho scoperto Orage, quest'anno invece mi hanno colpito soprattutto le collezioni di Luis Trenker e di Hell is for Herpes". In occasione del nuovo ispo SPORT & STYLE, che avrà luogo dall'8 al 10 luglio 2007 nel Centro Fieristico di Monaco, l'attenzione sul segmento dello sportstyle sarà amplificata.

Anche ispo winter 07 è stato accompagnato da importanti congressi: Co ulthard e Wozniak visti da vicino, NIKEiD e Quiksilver backstage – questo è stato il 6° Volvo SportsDesign Forum nell'ICM dedicato al "Personal Design". Il tema ed i conferenzieri hanno attirato un numero record di partecipanti: oltre 900 operatori hanno ascoltato con attenzione gli interventi alla vigilia di ispo winter 07. Anche il Congresso ispo Sportsponsoring della Borsa Europea di Sponsoring di San Gallo (ESB) si è rivelato un grande successo con l'adesione di oltre un migliaio di partecipanti. Il premio per il marketing ed il premio onorario della rivista Sponsors è andato quest'anno al comitato organizzativo del Campionato Mondiale di Calcio 2006 ed è stato ritirato, in rappresentanza di tutti i membri, da Franz Beckenbauer. Il salone ispo ha assegnato la coppa ispo di quest'anno a Vitali Klitschko per le sue eccellenti prestazioni sportive e la sua costanza soprattutto nel ruolo di esempio per i giovani.

La voce di alcuni protagonisti su ispo winter 07:

Bogner, Matthias Rau, responsabile per le vendite dello sport in Germania:

"In generale per noi il Salone ed il clima nel commercio sono stati migliori di quanto ci aspettassimo. Durante le prime due giornate fieristiche ci hanno visitati molti più operatori, l'afflusso nella giornata di domenica è stato particolarmente alto. Grazie a questa situazione abbiamo potuto avviare nuovi contatti, soprattutto con l'Europa Orientale".

Ellesse, Irene Celli, assistente del marketing:

"L'atmosfera ad ispo è stata molto positiva. Soprattutto la qualità dei contatti è stata ottima e molto internazionale. In particolare con l'Europa Orientale, gli USA ed il Canada abbiamo potuto allacciare relazioni con nuovi clienti. In generale l'afflusso dei visitatori è notevolmente migliorato".

K2 Ski Sport + Mode GmbH, Andreas Weiss, marketing manager Europe:

"A causa della scarsa caduta di neve durante l'inverno ci eravamo preparati ad un clima piuttosto abbacchiato. Al nostro stand, però, non vi è stata traccia dell'atmosfera di depressione descritta dai mezzi di informazione del settore. Anzi, ad ispo winter 07 abbiamo registrato un grande afflusso di visitatori e reazioni più che positive da parte degli

operatori commerciali. Inoltre si è avuto un aumento della presenza dei visitatori internazionali. Per esempio un numero crescente di rivenditori e clienti dell'Europa Orientale e del Sudamerica si sono interessati ai nostri prodotti. Tra i nuovi impulsi emerge la tendenza verso il tema dell'allmountain ed un vivo interesse per i tipici prodotti di nicchia. Le speciali collezioni Ladies hanno riscosso un notevole successo”.

Mountain Hardwear, Michael Wallenfels, presidente:

“Purtroppo, a causa delle condizioni meteorologiche sfavorevoli di quest'anno, il commercio è alquanto disorientato. Nonostante ciò, siamo molto soddisfatti della qualità dei contatti avviati ad ispo winter 07. Tutto sommato, al nostro stand sono venuti tutti i rivenditori ed i clienti importanti, cosicché possiamo tirare un bilancio positivo della nostra esperienza fieristica. Per quanto riguarda le nuove tendenze ed idee, abbiamo constatato che i diversi marchi del tessile si stanno avvicinando l'uno all'altro soprattutto nella scelta dei materiali. Al contempo, ciò significa per noi che dobbiamo concentrarci di più sui particolari tecnici dei nostri prodotti. Solo così possiamo distinguerci nel tempo dalla concorrenza”.

Marmot, Marc Wachter, marketing & PR:

“Per fortuna, nonostante le infelici condizioni climatiche per gli appassionati di sport invernali, il pubblico degli operatori non si è tirato indietro. Le previsioni secondo cui il commercio non avrebbe neanche fatto capolino al Salone, non si sono avverate. Al contrario, il nostro stand ha accolto un continuo e consistente afflusso di visite. Naturalmente siamo stati molto contenti di quest'atmosfera inaspettatamente buona e rilassata. Inoltre, siamo molto soddisfatti che quest'anno abbiamo registrato visite da tutti i Paesi e che i nostri prodotti e collezioni hanno suscitato l'interesse di un pubblico molto internazionale. Il salone ispo winter è sempre una straordinaria opportunità per vedere anche quei rivenditori e clienti che altrimenti non si incontrano a causa delle lunghe distanze. Il riscontro positivo degli operatori commerciali ci ha confermato che con le nostre collezioni siamo sulla via giusta. In particolare hanno riscosso grande successo le nostre linee colorate dedicate al pubblico femminile. Questo conferma che gli outfit vivaci continuano a fare tendenza e che la scelta delle combinazioni cromatiche per motivi stilistici rimangono fattori di estrema importanza”.

Salewa, Herwig Reus, responsabile del marketing:

“Nonostante la mancanza di neve il nostro bilancio è positivo. Sicuramente i rivenditori, soprattutto nel settore degli sci e dell'attrezzistica, sono stati meno euforici e più cauti di quanto desiderassimo. Ma, in generale, l'interesse continua ad essere presente e l'atmosfera molto piacevole e positiva. Le nostre aspettative sono state pienamente

soddisfatte ed anche il volume e la qualità contatti sono stati ottimi. Lasciamo dunque la manifestazione con un'impressione molto positiva. La realizzazione e la formula del Salone trovano la nostra piena soddisfazione. Come già negli scorsi anni, siamo stati molto contenti del nostro stand e dell'ambiente circostante”.

Salomon, Thomas Hartmann, product manager Boardsports/Bonfire Salomon Deutschland:

“In generale, quest'anno al nostro stand abbiamo avuto meno pubblico rispetto agli scorsi saloni. Ma un po' più di posto crea anche una panoramica più ampia e così, nonostante la cattiva situazione della neve, siamo molto soddisfatti dell'andamento di questa edizione del Salone. Anche la qualità dei contatti è stata del tutto positiva. Oltre a numerosi contatti con clienti già esistenti, abbiamo costruito nuove relazioni e risvegliato l'interesse di molti rivenditori, che non avevamo previsto nel nostro programma. Siamo stati sorpresi anche dell'atmosfera più che positiva che ha inondato il settore. La lezione che abbiamo imparato ad ispo winter 07 è stata soprattutto la seguente: anche quando la stagione è mite ci sono sempre possibilità di fare affari e le situazioni non sono mai così gravi come sembrano in partenza”.

Falke KG:

“Nonostante l'inverno difficile, l'atmosfera al nostro stand è stata buona, soprattutto perché il settore della fashion non ne è stato toccato. La domanda e le richieste in questo campo dell'offerta sono molto consistenti. La qualità dei contatti qui al Salone è ottima, tutti gli operatori che fanno opinione erano della partita, abbiamo potuto avviare contatti soprattutto a livello internazionale ed acquisire clienti, in gran parte statunitensi e coreani”.

I prossimi appuntamenti:

ispo Russia winter 07:	19 – 22 febbraio 2007 (Mosca)
ispo china winter 07:	14 – 17 marzo 2007 (Pechino)
ispo SPORT&STYLE:	8 – 10 luglio 2007 (Monaco di Baviera)