

27 – 30 jan 2008



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

nr. 28 i
30 gennaio 2008

Comunicatio finale:

Di nuovo 64.000 operatori visitano il più grande ispo winter di tutti i tempi

- 64.000 visitatori ed oltre 2.000 espositori ad ispo winter 08
- Il 70 per cento degli operatori in visita dall'estero
- Operatori di 113 Paesi
- Il settore è entusiasta dello sviluppo innovativo della formula fieristica
- ispovision con nuovo record di visitatori – Continua la crescita comune di sport e lifestyle
- Motori della crescita sono lo sportstyle e l'outdoor
- Grande afflusso di pubblico agli eventi outdoor
- Ripresa per il settore degli sport invernali
- La sostenibilità diventa tema determinante per il settore

Espositori entusiasti dell'internazionalità dei visitatori

“Con 2.026 espositori e 64.000 operatori in visita questa edizione di ispo winter ha confermato una volta di più la sua posizione di salone guida internazionale dell'industria dell'articolo sportivo e dello sportstyle“, ha constatato soddisfatto Manfred Wutzlhofer, presidente della direzione della Messe München. Espositori di 47 Paesi hanno presentato le loro innovazioni di prodotto ed attuali collezioni ad un pubblico di operatori provenienti da 113 Paesi. Il 70 per cento dei rivenditori presenti al Salone sono giunti dall'Estero. Klaus Baumann, General Manager Northern Europe di Camper: “Con nostra grande soddisfazione tra i visitatori ci sono state numerose presenze internazionali cosicché è stato possibile allacciare nuovi contatti con rivenditori stranieri.” Manfred Wutzlhofer vede nel progressivo aumento del grado di internazionalità l'opportunità per gli espositori di conquistare nuovi mercati di sbocco: “In particolare guardiamo con grande ottimismo al numero dei visitatori dall'Europa Orientale che è nuovamente e significativamente aumentato. Monaco di Baviera si è chiaramente affermata come piazza privilegiata per il settore dell'articolo sportivo di questo spazio economico”.

Il settore apprezza e loda la formula fieristica di ispo winter 08

Sia gli espositori che i rivenditori si sono espressi molto positivamente sulla formula fieristica di ispo studiata su misura per il settore dell'articolo sportivo e dello sportstyle. Ingo Jost, General Manager Central Europe di Hummel: "ispo ha riunito un interessante ventaglio di marchi che gli permette di offrire ai visitatori un quadro molto ampio dei diversi segmenti." Questa vasta gamma dell'offerta è stata apprezzata dai rivenditori specializzati e dai gruppi d'acquisto. André Pierre Doucet dell'associazione francese dei commercianti al dettaglio FPS: "Siamo ad ispo per la terza volta ed abbiamo con noi 190 rivenditori. ispo è come sempre la piattaforma dove i marchi giusti incontrano i rivenditori appropriati".

Infine sono stati messi in evidenza anche i maggiori servizi per gli ospiti messi a disposizione dalla Messe München per i mezzi di trasporto pubblico che hanno agevolato il viaggio soprattutto ai numerosi operatori provenienti dall'estero.

Lo sportstyle entra in tutti i segmenti

La crescita comune di sport e lifestyle continua a progredire. "La domanda nel segmento dello sportstyle è particolarmente vivace. Questo fenomeno si riflette chiaramente anche nella composizione strutturale degli operatori. Infatti non conosce sosta la tendenza che vede sempre più rivenditori e buyer del commercio specializzato in sportstyle e calzature incontrarsi nei padiglioni di ispo", spiega Manfred Wutzlhofer. Molti produttori nel frattempo offrono accanto al classico segmento degli sport invernali anche proprie linee di abbigliamento. Per Robin Pupilitt, Retail Marketing Manager Europe di Burton, ispo offre ad entrambi questi segmenti la piattaforma adatta: "ispo winter 08 è stato un salone molto importante che ha liberato una gran quantità di energie positive nel commercio e nell'industria. Per noi è stato importante presentare attrezzistica nel padiglione A1, abbigliamento sportivo nell'A2 e i nostri capi moda ad ispovision, e sempre nell'ambiente più consono".

ispovision mette a punto un nuovo record di visitatori

La perfetta simbiosi tra sport e lifestyle è stata offerta ai visitatori nell'area espositiva di ispovision. La piattaforma dedicata allo sportstyle nel segmento premium ha registrato un record di visitatori. Bernd Closmann, direttore di Fore!titude: "Ad ispovision abbiamo ricevuto come ospite tutto il mondo riunito su 16 mq. Abbiamo siglato numerosi ordini. Soprattutto con rivenditori internazionali".

Grande partecipazione di pubblico all'Outdoor ispo

Il settore dell'outdoor, che ha occupato più di quattro padiglioni fieristici ed ha avuto un ingresso esclusivo, ha attirato da solo oltre 20.000 visitatori. Hans Overduin, Bever ZwerfSPORT b.v.: "L'atmosfera del Salone è stata ottima. In particolare si è distinto il settore dell'outdoor con la

sua area espositiva autonoma. Anche l'allestimento è stato più che piacevole". Il clima è stato eccellente. In particolare lo snow ice & rock summit, l'Outdoor Get Together ed il Boulder Cup sono stati accolti con entusiasmo dall'industria dell'outdoor. La validità della piattaforma dell'outdoor ad ispo winter, l'organizzazione dell'allestimento fieristico e l'eccellente servizio di assistenza a cura del team di ispo sono stati espressamente lodati dagli espositori dell'outdoor.

Ripresa per l'industria degli sport invernali

Nonostante le grandi sfide da affrontare gli sport invernali sono in ripresa. L'atmosfera è stata molto positiva sia sul fronte degli espositori che su quello dei rivenditori. Maurizio Governa, presidente dell'Association Agents Italy Sport & Sportswear: "La differenza di questa edizione rispetto agli anni scorsi è nel generale ottimismo dovuto ad una buona stagione che ha favorito gli affari. Attraverso questo salone appare chiaro che l'industria, i rivenditori ed i distributori stanno vivendo una fase positiva e di successo." I settori con le maggiori ordinazioni sono stati, secondo le aspettative, i segmenti in crescita dell'outdoor, favorito dalla tendenza delle escursioni in montagna, e dello sportstyle. Una sorpresa è stato poi il successo raccolto dal settore dei boardsport.

La sostenibilità diventa tema del settore

Il tema determinante del settore nell'ambito del salone ispo di quest'anno è stato l'impiego di materiali riutilizzabili ed ecologici nonché la produzione sostenibile degli articoli sportivi. Al Volvo SportsDesign Forum hanno usufruito dell'offerta di interventi di esperti e di Workshops centinaia di interessati. Il premio Volvo SportsDesign Award sul tema "EcoDesign – Form follows Sustainability" ha stimolato oltre 300 partecipazioni, un record che dimostra che la sostenibilità dei prodotti, la bellezza delle linee del design e la funzionalità non si escludono affatto vicendevolmente.

Manfred Wutzlhofer: "Adesso ci prepariamo per ispo winter 09, che si svolgerà nel Centro Fieristico di Monaco di Baviera dal 1° al 4 febbraio 2009."

Altri commenti su ispo winter 08

Espositori

Pirmin Okle, Marketing, Lasse Kjus

“Siamo del tutto soddisfatti, l'inverno è venuto presto e con buoni risultati, la vendita è eccezionale. Le sfilate di moda sono di alta qualità e riscontrano il plauso dei visitatori. La nuova suddivisione dei padiglioni è molto stimolante. I singoli segmenti si influenzano positivamente e sono allestiti con un'attenzione particolare all'autenticità. Questa è la strada assolutamente ideale per l'organizzazione delle aree espositive. In generale il segmento dello sportstyle è molto importante e noi ne registriamo un interesse sensibilmente in crescita. Si rivela inoltre senz'ombra di dubbio che i buyer mostrano di ricercare sempre più prodotti sofisticati. Abbiamo avuto l'opportunità di avere diversi colloqui di alto livello e di registrare un incredibile afflusso di rivenditori al nostro stand”.

Ingo Jost, General Manager Central Europe, Hummel

“ispo è per noi sempre un salone di grande successo che con le sue nuove idee fissa definisce veramente nuovi standards sul mercato. Constatiamo lo sviluppo positivo del Salone e ci sentiamo confermati nella nostra scelta di partecipare a questo evento. Il commercio manifesta un riscontro sempre più grande verso il Salone e noi espositori siamo contenti di poterne approfittare. Qui è possibile avere colloqui veramente produttivi!”.

Skip Yowell, Co-Founder JanSport

“JanSport è entusiasta di ritornare ad ispo winter nel 2009. Non vediamo l'ora di esporre in questo salone carico di energie e con un'elevata partecipazione di rivenditori. L'Europa ha un'importanza centrale per la crescita globale della nostra azienda.”

Operatori commerciali

Danny Cornter, Wilds Sports, UK

“Un evento brillante!”

Tobias Bechtold, Sajas, Feldkirch, Austria

“Per noi è importante il confronto diretto dei prodotti al Salone. In particolare nelle grandi aziende le scadenze per gli ordini sono molto anticipate. ispo è anche un ottimo punto d'incontro per grandi meeting con gli altri colleghi rivenditori ed i produttori. Inoltre, è interessante vedere come si sta sviluppando il settore e quali saranno le tendenze di domani per poterci orientare meglio anche nel medio termine”.

Bruno Gujers, General Manager Europe, Volcom, USA

“Per noi l’ispo winter di quest’anno è stato un salone ideale. Nonostante l’accento principale sugli spot invernali, il Salone è riuscito ad integrare in modo autentico anche gli altri segmenti del board come quelli dello skate e del surf. Per noi è stato importante presentare ad ispo tutti i nostri segmenti principali”.

Sergio Arteni, Arteni Spa, Italy

“Secondo me questa è stata una delle migliori edizioni del salone, soprattutto se si considerano l’immagine e l’estetica dell’evento. È una piattaforma unica nel suo genere per incontrare tutti i rappresentanti dell’industria e per conoscere nuovi partner potenziali. Sono sempre venuto e non ho intenzione di perdere questo grande appuntamento d’affari neanche futuro”.

Mr. Taguchi, Bluetag Inc., Giappone

“La nostra prima visita ad ispo è stata una grande opportunità per osservare il trend sul mercato internazionale dello sport. Noi stiamo lanciando il nostro business online e quindi è per noi molto importante informarci sulle tendenze che si stanno affermando a livello mondiale”.

Jury Lebedev, buyer extreme category, "Top League" , Sportswear and accessories trading network, Russia

“ispo è una buona possibilità per vedere intere collezioni per le pre-ordinazioni, incontrare i nostri fornitori in un unico luogo, allacciare contatti con altri buyers e distributori. Importanti per noi sono anche i trends che domineranno nella prossima stagione. Per noi non ci sono alternative ad ispo.”

Laurence Lepeudry, Ski Service/Ski Set, Francia

“ispo è per noi il più importante salone dedicato agli sport invernali. Vogliamo vedere nuovi trends, una vasta gamma di prodotti dei nostri marchi, ma anche nomi nuovi. Ad ispo abbiamo tutti i marchi principali riuniti sotto un unico tetto e così possiamo risparmiare molto tempo. Inoltre apprezziamo la possibilità di poter incontrare ad ispo altri rivenditori con cui condividere il know-how e scambiare informazioni.”

Gary Owen, Allied Partners, UK

“È stato un grande evento. Veramente molto utile, positive per le novità di prodotto, l’incontro con i fornitori conosciuti e la ricerca di assortimenti internazionali. Una piazza eccellente per incontrare i colleghi rivenditori ed avere uno scambio di opinioni.

L'atmosfera all'Outdoor Party è stata grandiosa. Mi piace molto il mix di serietà negli affari e "wacky displays".