



.....  
PRESSE-INFORMATION · PRESS-RELEASE · COMMUNIQUÉ DE PRESSE · COMUNICATO STAMPA

06 marzo 2008

## Messe München lancia la nuova formula estiva per i saloni dello sport

- In accordo con i gruppi di acquisto e le associazioni del settore ispo summer sarà sospeso
- Nuove offerte 2008 “Running” e “Sport Source Europe”
- Dal 2009 altre offerte fieristiche per segmenti specifici
- La Messe München GmbH ha siglato un’alleanza strategica con la più grande organizzazione nordamericana di saloni dello sport, la Nielsen Business Media / Cooperazione su tutti i mercati / In progetto saloni comuni a partire dal 2009

La Messe München GmbH ha sviluppato una nuova formula fieristica per le sue manifestazioni dell’estate nei settori dell’articolo sportivo e dello sportstyle per affrontare i profondi mutamenti che attraversano il mercato degli sport estivi. Due fattori caratterizzano l’industria: da un lato la forte segmentazione in singoli settori come il running, l’outdoor, la canoa/kajaking, il sourcing, ecc. ognuno con propri protagonisti, ritmi delle ordinazioni, esigenze e ambientazioni, e dall’altro l’internazionalizzazione in rapida crescita.

“Noi, Messe München, lavoriamo in stretta cooperazione con il settore dell’articolo sportivo e dello sportstyle per riconoscere in anticipo gli sviluppi e quindi poterli considerare nelle nostre proposte. Nel corso di numerosi colloqui con espositori e rivenditori abbiamo potuto verificare che il bisogno di piattaforme nel periodo estivo continua ad essere molto grande. Come già da oltre 35 anni intendiamo tener conto anche adesso dei nuovi sviluppi del mercato e proporre al settore in futuro offerte studiate appositamente per i rispettivi settori. In accordo con i gruppi d’acquisto Intersport e Sport 2000 e le associazioni di settore World Federation of the Sporting Goods Industry (WFSGI), Bundesverband der Deutschen Sportartikel Industrie e.V. (BSI) e Verband Deutscher Sportfachhandel e.V. (VDS) abbiamo deciso di sospendere fino a nuova definizione il momento il salone ad ampio raggio di ispo summer. Ma continueranno ad esserci sempre piattaforme estive della Messe München per il settore dell’articolo sportivo. Con il Running Order Show e lo Sport Source Europe offriamo già nell’estate 2008 formule espres-



samente allestite per rispondere alle esigenze di questi segmenti”, spiega Manfred Wutzlhofer, presidente della direzione della Messe München GmbH.

### **Il Running Order Show sarà la prima manifestazione B2B al mondo per il segmento del running**

La Messe München GmbH organizza dal 29 giugno al 1° luglio 2008 il Running Order Show nel suo centro M,O,C, nel quartiere Freimann di Monaco di Baviera. “Con questa formula offriamo l’unica piattaforma B2B al mondo dedicata al segmento del running, che contribuisce al circa il 20 per cento del fatturato e che quindi si rivela importante forza motrice del commercio specializzato sportivo”, spiega Tobias Gröber, responsabile dell’ispo Group.

Il salone è organizzato insieme al gruppo LEX, l’associazione tedesca di 68 punti vendita specializzati nella corsa e nel walking. “Siamo molto lieti della cooperazione con la Messe München. Molti di noi sono stati in passato entusiasti visitatori di ispo. Dal Running Order Show ci aspettiamo nuovi stimoli per il nostro posizionamento sul mercato nei prossimi anni”, ha dichiarato Christian Bossow, direttore del gruppo LEX.

Il Running Order Show abbraccerà i segmenti di calzature, abbigliamento, accessori, triathlon, nordic walking, alimentazione, metodi di analisi della corsa e gestione delle merci. Accanto ai grandi del settore come Nike, Puma, adidas e Asics parteciperanno alla manifestazione anche numerose case specializzate.

### **Lo Sport Source Europe fa incontrare fornitori ed espositori in Europa**

Con lo Sport Source Europe, che si svolgerà parallelamente al Running dal 29 giugno al 1° luglio 2008 nel centro M,O,C,, la Messe München GmbH crea una piattaforma professionale ed indipendente in Europa per il segmento in crescita del sourcing che va ad affiancare lo Sport Source Asia lanciato con successo nel 2007.

“Ai nostri saloni espositori e grossisti con marchi propri si sono spesso rivolti a noi per sollecitare una piattaforma indipendente di sourcing in Europa. Per questi operatori il sourcing diventerebbe in questo modo molto più efficiente”, spiega Tobias Gröber, “La maggior parte delle imprese di sourcing viene dall’Asia, ma abbiamo osservato una rinascita dei fornitori in Europa e in Nordafrica. Il vantaggio è palese. Poiché gli articoli sportivi diventano sempre più alla moda e più lifestyling, sono soggetti a trend di sempre più breve periodo. Dall’Asia le merci devono essere trasportate lentamente per nave oppure a costi maggiori e meno sostenibili via aerea. I mercati di sourcing davanti alla porta di casa come il Nordafrica e l’Europa Orientale, ma anche la Turchia ed il Portogallo hanno quindi riguadagnato importanza strategica”.

**Altre offerte fieristiche saranno lanciate nel 2009**

La Messe München sta già preparando altre offerte fieristiche specifiche. “Nel 2009 lanceremo altre novità fieristiche. La nostra attenzione è rivolta in particolare verso il segmento del lifestyle ispirato dallo sport. Per questo settore progettiamo tra l’altro una piattaforma dedicata”, ha dichiarato Manfred Wutzlhofer.

**Alleanza strategica con Nielsen Business Media**

La Messe München ha stretto un accordo strategico di cooperazione con la più grande organizzazione nordamericana di saloni dello sport, la Nielsen Business Media, per poter agire in futuro su tutti i principali mercati del mondo.

“Con l’avvento di nuovi mercati redditizi, tra i quali primo fra tutti quello cinese, l’internazionalizzazione del settore degli articoli sportivi continua a fare passi da gigante. Per questo abbiamo siglato un’alleanza strategica con la più grande organizzazione nordamericana di saloni dello sport, la Nielsen Business Media. Insieme siamo presenti su tutti i principali mercati mondiali. Grazie a questa cooperazione possiamo ampliare notevolmente le nostre attività sull’importante mercato nordamericano. Inoltre, abbiamo in progetto di presentarci con saloni comuni su nuovi mercati”, ha detto Manfred Wutzlhofer.

Contatto:

Susanne Fischer

Messe München GmbH

Responsabile Marketing & Comunicazione Saloni di beni di consumo

tel.: (+49 89) 949 20870

[susanne.fischer@messe-muenchen.de](mailto:susanne.fischer@messe-muenchen.de)

MK/sf