



Presse-Information • Press Release • Communiqué de Presse • Comunicato Stampa

N° 22 f

9 février 2011

Rapport final :

## **Digne d'un champion du monde : le salon ispo 2011 a pulvérisé de nouveaux records**

- Une augmentation du nombre de visiteurs de plus de 25%
- Le secteur des articles de sport voit l'avenir avec beaucoup d'optimisme

Le salon ispo 2011 a non seulement confirmé sa position internationale de leader en tant que plateforme du sport business, mais encore, il a atteint un nouveau niveau avec l'ensemble du secteur des articles de sport. Avec plus de 80 000 visiteurs provenant de 106 pays différents, la 71<sup>e</sup> édition du salon ispo a enregistré une croissance historique de plus de 25% par rapport à l'année passée et clôture à nouveau avec nombre record de visiteurs. Les plus fortes augmentations de visiteurs proviennent, outre d'Allemagne, d'Italie, d'Autriche, de Suisse, de France, de la Fédération Russe, de l'Espagne, de la Pologne, de la Suède, de la Norvège et des États-Unis.

Des records se profilaient pour ispo 11, même avant le début du salon : concernant les exposants, il y en avait 2 267, c'est-à-dire 200 en plus par rapport à l'année passée. La surface nette d'exposition a augmenté d'environ 13 pour cent pour passer à 101 100 m<sup>2</sup>. Avec ses 185 000 m<sup>2</sup>, l'ensemble du site du Nouveau Parc des Expositions de Munich était occupé. Cette année également, le salon ispo a encore fait preuve de son internationalité élevée : 67 pour cent des visiteurs et 84 pour cent des exposants provenaient de l'étranger.

La présence de Pascal Lamy, lors de l'assemblée générale annuelle de la Fédération mondiale de l'industrie d'articles de sports (WFSGI), a souligné la portée mondiale du salon ispo. Le Directeur Général de l'Organisation Mondiale du Commerce (OMC) a signalé, à l'occasion de son discours et devant les principaux représentants de l'industrie des articles de sport, que des produits tels que les chaussures de sport étaient de plus en plus « Made in the World ». En qualité de Président Directeur Général de la Messe München GmbH et Directeur Général en charge du salon ispo, Klaus Dittrich a été en outre élu pour être dans le Board de la World Federation of the Sporting Goods Industry. Le salon joue un rôle majeur non seulement au niveau politique, mais encore en matière de présentation

d'innovations. Ainsi, ispo 11 a fêté une première mondiale grâce à la nouvelle technologie de Willy Bogner. Un film à 360 degrés et 5 D, projeté dans un cinéma qu'il a lui-même conçu, a présenté aux spectateurs la sensation fascinante et réaliste de la glisse.

L'ambiance était également au beau fixe pendant toute la durée du salon. Environ 65 pour cent des visiteurs ont évalué le salon ispo 11 comme étant très bon à excellent. Les 32 pour cent restants ont estimé qu'il était bien. Les ventes ont été phénoménales. La prise de conscience croissante en matière de santé a également stimulé le secteur des articles de sport.

Klaus Dittrich, Président Directeur Général de la Messe München GmbH a déclaré : Le salon ispo a surpassé toutes nos attentes. L'augmentation sensationnelle du nombre de visiteurs, en particulier, met en évidence l'importance incomparable d'ispo pour le sport business international. Avec ce résultat, nous envisageons l'avenir avec confiance. Nous mettons, en effet, dans cet avenir, les compétences du monde entier en réseau, toute l'année et nous faisons avancer les évolutions et les tendances de manière active dans le sport business.

Déclarations :

David Udberg, Président de l'European Outdoor Group : Depuis longtemps déjà, le salon ispo est un partenaire majeur de l'industrie outdoor. Il offre à notre branche une plate-forme de taille pour le commerce et aussi l'opportunité de partager notre solidarité. Le salon ispo 11 a dépassé toutes nos espérances - déjà très élevées du reste - en termes de participation. Une fois de plus, la manifestation a également attesté une qualité d'un très haut niveau.

Timo Schmidt Eisenhart, Vice-Président et General Manager de The North Face (EMEA) : Nous sommes entièrement satisfaits. Le salon ispo 11 a été très réussi pour nous. C'était peut-être même le meilleur show de tous les temps. Notre stand était constamment occupé par beaucoup de gens et nous avons pu nouer un grand nombre de contacts internationaux. L'ambiance dans les halls était vraiment bonne. Il semblerait que le secteur des articles de sport ait atteint un nouveau niveau.

Peter Kappler, Directeur Général de Jet Set AG : C'est la première fois depuis 15 ans que nous revenons au salon ispo. Il a de loin dépassé nos attentes. Les échos positifs de la presse et des clients étaient énormes. Nous reviendrons l'année prochaine avec quelques surprises sûrement !

Christian Scheffold, Directeur Général de Skins GmbH : Cette année encore, le salon ispo a confirmé son rôle de plate-forme internationale leader pour le sport business. Tous les top-clients étaient sur notre stand et nous avons obtenu un feed-back très positif. Il est très réjouissant que les thèmes de la compression et du healthstyle ne constituent plus une niche de marché mais qu'ils soient appréciés,

compris et acceptés durablement par les clients. Et depuis que le salon ispo est couronné de succès en tant qu'indicateur pour la saison à venir, nous pensons qu'il y a à l'avenir un fort potentiel dans ce domaine.

Giancarlo Zanatta, Président du Tecnica Group : La fréquence des visiteurs était très bonne avec une croissance visible des visiteurs par rapport à l'année passée. Ce salon est une vraie référence pour le groupe Tecnica. C'est pourquoi nous avons élargi notre présence. Il est certain qu'il constitue une plate-forme à l'échelle internationale.

Olaf Dunz, Brand Director d'EMEA Oakley : Pour nous, ispo est une plate-forme formidable pour mettre en scène de manière optimale notre portefeuille de produits (Oakley et Arnette) et nos innovations produits 2011 - telles l'Airbrake Goggle et le Modular Apparel System. La fréquence des revendeurs et des médias est satisfaisante, en particulier ceux qui proviennent des nouveaux marchés en croissance. De notre côté, le salon s'est très bien passé puisque nous avons pu nous entretenir longuement avec nos partenaires commerciaux.

Michael Schineis, Président de Winter Sports Equipment Amer Sports Corporation : En moyenne, le salon ispo a été cette année le mieux réussi depuis ces dernières années. Nous avons une bonne fréquence de clients. Les clients ont montré beaucoup d'intérêt pour les nouveaux produits et les innovations. En somme, la saison des ventes 2011/2012 a très bien démarré.

Le salon ispo 12 se tiendra du 29 janvier au 1<sup>er</sup> février 2012 sur le site du Nouveau Parc des Expositions de Munich.

Vous trouverez d'autres informations sur ispo sous [www.ispo.com](http://www.ispo.com). Des photos à télécharger sont publiées sous [archive photos](#) .



Photo: ispo 2011 / Messe München GmbH

La Messe München International (MMI)

En proposant environ 40 salons de biens d'investissement, de biens de consommation et de nouvelles technologies, la Messe München International (MMI) est au niveau mondial une des sociétés leaders dans l'organisation de salons. Plus de 30 000 exposants de plus de 100 nationalités différentes et plus de deux millions de visiteurs provenant de plus de 200 pays prennent part chaque année aux manifestations à Munich. En outre, la MMI organise des salons en Asie, en Russie, au Moyen-Orient et en Amérique du Sud. La MMI dispose d'un important réseau mondial avec six sociétés en participation étrangère en Europe et en Asie ainsi que 64 représentations à l'étranger qui s'occupent de plus de 90 pays significatifs en matière de salons. En tant qu'entreprise active à l'échelon mondial, la Messe München contribue fortement à la protection de l'environnement et à la durabilité.

Vous trouverez de plus amples informations sur [www.messe-muenchen.de](http://www.messe-muenchen.de)