



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

N. 22 i

9 febbraio 2011

Relazione finale

Campione del mondo: ispo 2011 registra nuovi record

- Aumento di oltre il 25% dei visitatori
- Il settore degli articoli sportivi guarda al futuro con grandissimo ottimismo

ispo 2011 non solo ha confermato in modo grandioso la sua posizione di piattaforma leader mondiale dello sport business ma ha raggiunto con l'intero settore degli articoli sportivi un nuovo livello. Con oltre 80.000 operatori del settore in visita, provenienti da 106 Paesi, la 71^a edizione di ispo ha registrato una crescita storica pari a circa il 25 % rispetto all'anno precedente e si conclude con un nuovo record di visitatori. Gli aumenti più significativi dei visitatori riguardano, oltre la Germania, l'Italia, l'Austria, la Svizzera, la Francia, la Federazione Russa, la Spagna, la Polonia, la Svezia, la Norvegia e gli USA. Già prima dell'inizio del Salone si era delineata un'ascesa di ispo 11: il numero degli espositori era aumentato di 200 passando a 2.267, la superficie espositiva netta di circa il 13 per cento passando a 101.100 m². L'intero quartiere fieristico, con complessivamente 185.000 m², era completamente prenotato. Anche quest'anno ispo ha comprovato il suo alto profilo internazionale: il 67 per cento dei visitatori e l'84 per cento degli espositori provenivano dall'estero.

L'importanza mondiale di ispo è stata sottolineata dalla presenza di Pascal Lamy in occasione dell'assemblea generale annuale della Federazione mondiale dei produttori di articoli sportivi (WFSGI). Il direttore generale dell'Organizzazione mondiale del commercio (WTO) ha sottolineato nel suo discorso, davanti ai più importanti rappresentanti del settore degli articoli sportivi, che articoli come le calzature sportive sono sempre più un prodotto "Made in the World". In veste di presidente della direzione generale di Messe München GmbH e amministratore responsabile di ispo, Klaus Dittrich è stato inoltre eletto nel consiglio della World Federation of the Sporting Goods Industry. ispo gioca un ruolo straordinario non solo a livello politico ma anche come vetrina di presentazione della innovazioni. Ad esempio ad ispo 11 ha festeggiato il suo debutto mondiale una nuova tecnologia di Willy Bogner. In una sala cinematografica appositamente progettata è stato proiettato un film 5D a 360 gradi che presenta agli spettatori, in modo molto realistico, le affascinanti sensazioni degli sciatori.

L'atmosfera durante tutti e quattro i giorni è stata estremamente positiva. Circa il 65 dei visitatori specializzati ha assegnato ad ispo 11 una valutazione da ottima ad eccellente, un ulteriore 32 percento una valutazione buona. Il fenomenale business invernale ma anche la maggiore consapevolezza della salute hanno fatto decollare il settore degli articoli sportivi.

Klaus Dittrich, presidente della direzione generale di Messe München GmbH, afferma: ispo ha superato tutte le nostre aspettative. In particolare la sensazionale crescita dei visitatori fa capire l'importanza fondamentale di ispo nello sport business internazionale. Con questo risultato guardiamo con fiducia al futuro: collegheremo durante tutto l'anno le competenze provenienti da tutto il mondo e promuoveremo attivamente le tendenze nello sport business.

Dichiarazioni:

David Udberg, presidente di European Outdoor Group: ispo è da molto tempo un partner importante del settore outdoor e offre al nostro segmento una piattaforma importante per il commercio e naturalmente la possibilità di condividere lo spirito della nostra comunità. ispo 11 ha superato tutte le nostre, già di per sé alte, aspettative per quanto riguarda la partecipazione; inoltre la qualità della manifestazione ha raggiunto ancora una volta un nuovo livello.

Timo Schmidt Eisenhart, vicepresidente e general manager The North Face (EMEA): Siamo molto soddisfatti. ispo 11 è stato un Salone di grande successo per noi, forse il migliore di tutti i tempi. Al nostro stand abbiamo avuto sempre tantissimi visitatori e abbiamo potuto allacciare numerosi nuovi contatti da tutto il mondo. L'atmosfera nei padiglioni è davvero positiva. Sembra quasi che il settore degli articoli sportivi abbia raggiunto un nuovo livello.

Peter Kappler, amministratore Jet Set AG: Siamo di nuovo per la prima volta dopo 15 anni ad ispo e le nostre aspettative sono state ampiamente superate. La risonanza positiva da parte dei clienti e della stampa è stata enorme. Il prossimo anno ritorneremo e le sorprese sono assicurate!

Christian Scheffold, amministratore Skins GmbH: ispo ha confermato di nuovo quest'anno il suo ruolo di piattaforma leader internazionale per lo sport business. Presso il nostro stand sono arrivati tutti i clienti più importanti e abbiamo ricevuto un feedback estremamente positivo. Piacevole è il fatto che i temi compressione ed healthstyle non sono più solo temi di nicchia ma al contrario il cliente li ha recepiti, compresi e accettati in modo persistente. E dopo che ispo ha dimostrato di essere un indice di grande successo per la stagione, vediamo un grande potenziale anche per il futuro.

Giancarlo Zanatta, presidente Tecnica Group: L'affluenza dei visitatori è stata ottima e ha registrato un evidente aumento rispetto all'anno precedente. Per il gruppo Tecnica questo Salone è un vero e proprio punto di riferimento pertanto abbiamo aumentato la nostra presenza. Si tratta sicuramente della piattaforma a livello mondiale.

Olaf Dunz, brand director EMEA Oakley: ispo rappresenta per noi una piattaforma fantastica per presentare in modo ottimale il nostro portfolio di marchi (Oakley e Arnette) e i nostri nuovi prodotti per il 2011, come Airbrake Goggle e il Modular Apparel System. L'affluenza dei rivenditori e dei media è soddisfacente, in particolare quelli provenienti dai nuovi mercati in crescita. Per noi il Salone è andato davvero bene poiché abbiamo potuto parlare a lungo con i nostri partner commerciali.

Michael Schineis, presidente Winter Sports Equipment Amer Sports Corporation: ispo è stato in media uno dei migliori Saloni degli ultimi anni. Abbiamo avuto una buona affluenza di clienti. I clienti si sono dimostrati molto interessati ai nuovi prodotti e alle innovazioni. Tutto sommato è stato un felice inizio della stagione delle vendite 2011/2012.

ispo 12 si svolgerà dal 29 gennaio al 1° febbraio 2012 nel Nuovo Centro Fieristico di Monaco di Baviera.

Per ulteriori informazioni su ispo consultare il sito www.ispo.com Le foto per il download sono pubblicate nell'[archivio immagini](#).

22/MK/vH



Photo: ispo 2011 / Messe München GmbH

Profilo di Messe München International (MMI)

Con circa 40 saloni specializzati dedicati a beni di investimento, beni di consumo e nuove tecnologie, Messe München International (MMI) è uno degli organizzatori leader a livello mondiale di manifestazioni fieristiche. Oltre 30.000 espositori provenienti da più di 100 Paesi e oltre due milioni di visitatori da più di 200 Paesi prendono parte ogni anno alle manifestazioni che si svolgono a Monaco di Baviera. MMI organizza inoltre saloni specializzati in Asia, Russia, Medio Oriente e America meridionale. Con sei consociate estere in Europa ed Asia nonché 64 rappresentanze estere che offrono i loro servizi in oltre 90 Paesi in tutto il mondo, che sono importanti piazze fieristiche, MMI dispone di una rete su scala mondiale. Come azienda operante a livello globale, Messe München International fornisce un contributo fondamentale alla tutela dell'ambiente e alla sostenibilità.

Per ulteriori informazioni consultare www.messe-muenchen.de