

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

N.º 22 / es

9 de febrero de 2011

Informe final

De categoría mundial: ispo 2011 bate nuevos récords

- Incremento de visitantes superior al 25%
- El sector de artículos deportivos mira con optimismo hacia el futuro

ispo 2011 no sólo ha confirmado su posición como plataforma líder mundial de los negocios del deporte, sino que también ha alcanzado un nuevo nivel en todo el sector de los artículos deportivos. Con más de 80.000 visitantes profesionales de 106 países, la 71 edición de ispo ha registrado un crecimiento histórico del 20% en comparación con el año anterior y cierra sus puertas con un nuevo récord de visitantes. Los mayores incrementos de visitantes se han registrado de Alemania, Italia, Austria, Suiza, Francia, la Federación Rusa, España, Polonia, Suecia, Noruega y Estados Unidos. Ya antes de comenzar ispo 11 podía preverse una nueva cima: con 200 expositores más que en la pasada edición, se llegaba a 2267; la superficie expositiva neta ha incrementado un 13% alcanzando 101.100 m². Con un total de 185.000 m², la Nueva Feria de Múnich estaba reservada por completo. ispo ha demostrado también este año una gran internacionalidad. El 67 por ciento de los visitantes y el 84 por ciento de los expositores eran extranjeros.

En particular ha resaltado el significado mundial de ispo la presencia de Pascal Lamy en la Asamblea General anual de la Federación Mundial de Industrias de Artículos Deportivos (WFSGI). El director general de la Organización Mundial del Comercio (OMC) destacó en su discurso ante los más importantes representantes de la industria de artículos deportivos, que productos como el calzado deportivo son cada vez más "Made in the World". Como presidente de la gerencia de la Messe München GmbH y director responsable de ispo, Klaus Dittrich fue elegido también para ser miembro de la World Federation of the Sporting Goods Industry. Pero ispo no sólo desempeña un papel importante políticamente, sino también en la presentación de innovaciones. Una de las primicias de ispo 11 fue una nueva tecnología de Willy Bogner. En un teatro cinematográfico diseñado especialmente para este fin se proyectó una película en 5D de 360 grados que sumergió a los espectadores en la fascinante sensación del esquí.

El ambiente que reinaba durante los cuatro días fue extraordinariamente positivo. Alrededor del 65 por ciento de los visitantes profesionales calificaron ispo 11 de muy buena a excelente, otro 32 por ciento le concedió un notable. Tanto el fantástico negocio de invierno como la creciente conciencia de la salud animan las compras en el sector de los artículos deportivos.

Klaus Dittrich, presidente de la gerencia de la Messe München GmbH, se ha manifestado como sigue: ispo ha superado todas nuestras expectativas. En particular el sensacional incremento del número de visitantes demuestra claramente el gran significado de ispo en el negocio internacional de los deportes. Con este resultado miramos con optimismo hacia el futuro interconectando las competencias de todo el mundo y durante todo el año, así como impulsando los desarrollos y las tendencias en el negocio de los deportes.

Opiniones:

David Udberg, presidente del European Outdoor Group: Desde hace mucho tiempo, ispo es un socio importante de la industria de las actividades deportivas al aire libre y brinda a nuestro sector una plataforma importante para el comercio y, naturalmente, la oportunidad de compartir nuestro espíritu de comunidad. ispo 11 ha superado todas nuestras expectativas, que ya eran muy altas, en cuanto a cifras de participación y calidad del certamen alcanzado un nuevo nivel.

Timo Schmidt Eisenhart, vicepresidente y General Manager The North Face (EMEA): Estamos plenamente satisfechos. ispo 11 ha sido todo un éxito para nosotros, quizá la mejor muestra de todos los tiempos. Nuestro stand estaba todo el tiempo repleto de gente y hemos tenido la oportunidad de realizar muchos nuevos contactos con profesionales del mundo entero. El ambiente en los pabellones ha sido realmente positivo. Parece que el sector de artículos deportivos ha alcanzado un nuevo nivel.

Peter Kappler, gerente de Jet Set AG: Volveremos por primera vez a ispo después de 15 años y nuestras expectativas se han visto más que superadas. El eco positivo de clientes y la prensa ha sido enorme. Volveremos el próximo año y estamos seguros de que volveremos a tener sorpresas agradables.

Christian Scheffold, gerente de Skins GmbH: ispo ha vuelto a confirmar este año su papel como plataforma líder internacional para el negocio de los deportes. Todos hemos recibido en nuestros stands la visita de clientes importantes y la respuesta ha sido muy positiva. Cabe mencionar que los temas de compresión y *healthstyle* ya no están ocupando meros nichos sino que han llegado hasta el cliente, que los comprende y acepta. Y como ispo tiene gran éxito como barómetro de la temporada, vemos también aquí para el futuro un gran potencial.

Giancarlo Zanatta, Präsident Tecnica Group: La afluencia de visitantes ha sido excelente y hemos registrado un incremento de las visitas en comparación con el año anterior. Para el Grupo Tecnica, este salón es todo un referente por lo que hemos ampliado nuestra presencia. No cabe duda de que es la plataforma del mundo.

Olaf Dunz, Brand Director EMEA Oakley: Para nosotros, ispo es una plataforma extraordinaria para llevar a escena nuestras marcas (Oakley y Arnette) y nuestros productos innovadores para 2011 como Airbrake Goggle y el Modular Apparel System. La afluencia de comerciantes y servicios mediáticos es satisfactoria, sobre todo de los nuevos mercados emergentes. Para nosotros, la feria ha transcurrido positivamente ya que hemos tenido la oportunidad de entrevistarnos con nuestros socios comerciales.

Michael Schineis, presidente de Winter Sports Equipment Amer Sports Corporation: ispo ha sido uno de los mejores certámenes de los últimos años. Hemos registrado una buena afluencia de visitantes. Los clientes se han mostrado muy interesados por los nuevos productos e innovaciones. En general, un arranque logrado de la temporada de ventas 2011/2012.

ispo 12 se celebrará del 29 de enero al 1 de febrero de 2012 en las instalaciones de la Nueva Feria de Múnich.

Más información acerca de ispo en www.ispo.com

Fotos para descargar publicadas en el [archivo fotográfico](#).

22/MK/vH



Photo: ispo 2011 / Messe München GmbH

Acerca de la Messe München International (MMI)

Con alrededor de 40 salones monográficos, la Messe München International (MMI) es uno de los organizadores feriales más importantes del mundo de certámenes para los sectores de bienes de inversión, bienes de consumo y nuevas tecnologías. Más de 30.000 expositores de más de 100 países y más de dos millones de visitantes de más de 200 países participan cada año en los certámenes de Múnich. Aparte, la MMI organiza salones monográficos en Asia, en Rusia, en el Oriente Medio y en América del Sur. Con seis sociedades participadas en Europa y Asia y 64 delegaciones internacionales que atienden a más de 90 países relevantes en el contexto ferial, la MMI disfruta de una red extendida por todo el mundo. La Messe München International, una compañía con actividades a escala mundial, contribuye de manera decisiva a proteger el medio ambiente y promover la sostenibilidad.