



Milano Finanza  
MFFashion – pagina II

Saloni

## SKIWEAR, È BOOM DI ORDINI (+10) CON L'ITALIA IN TESTA

Le aziende hanno stimato aumenti a due cifre per il 2018 e puntano sul reshoring  
È quanto emerso dall'ultima edizione di Ispo

Ispo Munich si è chiusa mercoledì con un calo di affluenza del 3% a poco più 84 mila visitatori ma ha confermato le ottime sensazioni per lo skiwear e per le attrezzature degli sport invernali. Alla fiera tedesca hanno esposto 2.801 aziende (+2%), tra cui 200 italiane. La stagione scistica 2017/18 potrebbe passare agli annali come una delle più favorevoli di sempre.

I negozi hanno effettuato più volte i riassortimenti e le aziende sono riuscite a ottenere l'atteso destocking dopo tre stagioni negative. «Si parla di +10% nelle vendite, in tutto il mondo ma in particolare in Europa e in Italia», ha spiegato a MFF

Luca Businaro, presidente di Assosport, associazione che rappresenta un settore da 8,6 miliardi di ricavi annui. L'impatto delle super vendite ha creato difficoltà ai negozi che, temendo il peggio, avevano ridotto gli acquisti e si sono trovati a corto di giacche da neve. «Dobbiamo essere più flessibili e pronti al riassortimento, cosa che implica una riorganizzazione interna delle nostre aziende», ha aggiunto Businaro, sottolineando come in Assosport si stia affrontando

da un lato la discussione sul sostegno al reshoring, dall'altro sull'investimento in siti e-commerce dedicati allo sportsystem. Il boom di ordini sta originando un beneficio più che proporzionale per le aziende a monte della filiera con Assosportex che stima, per voce del suo presidente Massimo Baroni, un incremento fino al +15% nella domanda di tessuti tecnici. «Le produzioni stanno tornando in Europa, a vantaggio di chi ha mantenuto le facilities nei Balcani», ha evidenziato Baroni. Ma questo non accade soltanto nella moda e

Alberto Zanatta, presidente di Tecnica group, trionfatore agli Ispo award nella categoria outdoor con la scarpa da trekking

Forge S, lancia l'allarme manodopera: «È in atto un'emorragia di personale dal fashion all'automotive, con possibile impatto sui costi delle produzioni effettuate in est Europa». Ad ogni modo, tutte le aziende hanno aumentato i budget per il nuovo anno. «La crescita attesa è del 10% ma potremmo anche fare di più», ha concluso Corrado Macciò, ad di Head Italia. (riproduzione riservata)

Andrea Guolo (Monaco di Baviera)



Un'immagine di Ispo Munich