



SPORTSWEAR

opportunità e prospettive

Sportswear: astratta definizione o ben definito segmento del mercato? A questa – così come a molte altre domande – ha cercato di rispondere il Convegno Nazionale di Assomoda andato in scena lo scorso 10 novembre all'Auditorium del Quanta Village, splendida struttura sportiva di Milano. Titolo del meeting: “#sportswear: presente e

futuro analizzati e discussi dagli attori del mercato”.

RELATORI E PLATEA

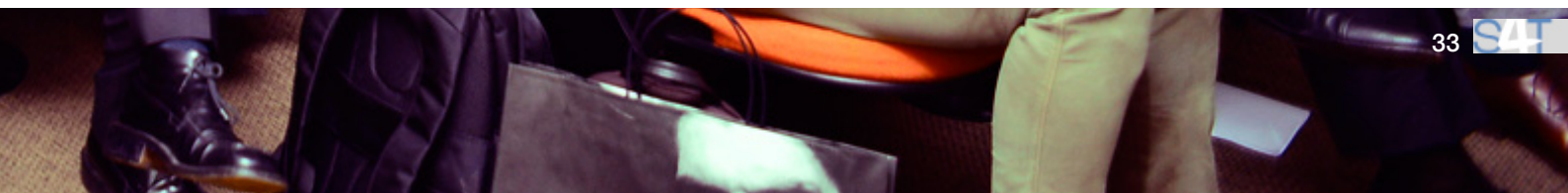
Sono stati proprio alcuni autorevoli rappresentanti del mercato nei suoi vari aspetti ad animare la prima parte dell'incontro, moderato da Massimo Costa (segretario



generale Assomoda). Aperto dall'intervento di uno dei più attivi promotori di questa iniziativa, vale a dire Maurizio Governa, presidente Moda&Sport Lombardia (associazioni agenti e distributori Lombardia). A lui hanno fatto seguito il padrone di casa Illo Quintavalle (amministratore delegato Quanta), Giulio Di Sabato (presidente Assomoda), Luca Businaro (presidente Assosport), Markus Hefter (director Ispo), il noto imprenditore e stilista Elio Fiorucci e Claudio Marenzi (patron di Herno nonché Presidente SMI – Sistema Moda Italia).

A PROPOSITO DI SPORTSWEAR

Un parterre d'eccezione che ha richiamato ben 200 persone in rappresentanza di aziende, agenti, negozianti, media e associazioni attive nei settori moda e sport: è proprio nel mezzo di questi due mondi che si colloca lo sportswear, vale a dire una crescente area di mercato che vede sempre più marchi fashion proporre capi e collezioni con contenuti tecnico/sportivi ma utilizzabili anche nella vita quotidiana. Viceversa, sempre più numerosi anche i brand prettamente sportivi che strizzano l'occhio al



CONVEGNO NAZIONALE ASSOMODA



mondo della moda con soluzioni pensate per un utilizzo urbano, travel e tempo libero.

DATI DI MERCATO

Un mercato che vale ben 1,3 miliardi di euro (dato relativo al sell in) e coinvolge oltre 11.000 punti vendita in Italia solo per quel che riguarda l'abbigliamento. Riguardo alle calzature tempo libero (leggasi sneakers e dintorni) il totale degli acquisti (sempre wholesale) è di 768 milioni di euro, con circa 9.200 retailer attivi. Questi e altri interes-

santi dati sono stati illustrati da Vladimiro Jr Bubba, titolare di Dimark, azienda marchigiana specializzata in consulenza e ricerche di mercato. Ad Andrea Ricotti (regional manager Cerved Group) è invece toccato approfondire lo stato di salute economico e la solvibilità dei punti vendita italiani, la cui solidità finanziaria in questi anni di crisi è costantemente diminuita.

TAVOLA ROTONDA

Ultima ma non meno interessante fase del convegno, la

