

SETTEMBRE/OTTOBRE 2014
ANNO XXXI

topsnork

DEGLI ARTICOLI SPORTIVI



L'ALTRO SPORT

Stephanie Gilmore,
sexi testimonial di Roxy



WELLNESS, OUTDOOR, LIFESTYLE. LO SPORT È PORTATORE
DI MESSAGGI VINCENTI, ORMAI GLOBALMENTE.
RICCO COME NESSUNO DI VALORI AGGIUNTI. INNOVATIVO
PER DNA. UNA NUOVA ECONOMIA CHE VALE PIÙ DEL PRODOTTO

CROSS CHANNEL Come reinventare le vendite • **RUNNING** Trend vincente, anzi trasversale

Lo Sportswear tra presente e futuro

Un tema decisivo nel business sportivo, oggetto di un convegno organizzato da Assomoda a Milano, il prossimo 10 novembre

Sportswear sì, no, forse. Dopo quasi un ventennio, durante il quale molti hanno beneficiato della sovrapposizione dei generi Casual, Sport, Urban ed il più recente Outdoor, il mercato dell'abbigliamento e della calzatura si trova oggi in un momento decisivo della sua evoluzione, messo per altro in crisi dall'avvento di nuove metodologie commerciali prime fra tutte le vendite online e monomarca.

Non sorprende dunque se discutere sull'identità stessa del termine sportswear, dopo anni di 'ubriacatura' collettiva, sia quanto mai d'attualità e di interesse per tutti gli attori protagonisti della filiera. La difficoltà pratica sta però nel tracciare gli esatti confini del mondo Sportswear. Superata da tempo la visione letterale del termine, che lo voleva 'confinato' nei limiti di una pratica sportiva 'active' nonché di un look basico e per nulla raffinato, la realtà ha superato le aspettative arricchendo il termine di connotazioni sempre nuove finendo per rappresentare nella sua molteplicità un modo di vestire ormai globale, informale e quotidiano. L'obiettivo del Convegno organizzato da Assomoda per lunedì 10 novembre è appunto quello di offrire ai partecipanti – agenti, dettaglianti, imprenditori – una serie articolata di punti di vista ed interpretazioni del termine 'Sportswear'. E, non di meno, tracciare verosimilmente i contesti distributivi nei quali potrà collocarsi e verosimilmente svilupparsi nel prossimo futuro.

Il settore dello sportswear, il cui perimetro di delimitazione è sempre più ampio e fluido, rappresenta per Assomoda uno spazio di attività comune alle due componenti costitutive dell'Associazione, quella degli agenti della moda e quella, più recente, degli agenti dello sport. Più di un terzo degli oltre 800 associati ad Assomoda opera infatti nell'ambito dello sportswear, un settore che meno di altri ha sofferto e soffre la crisi economica e che risulta particolarmente in armonia con lo stile informale che tende a diffondersi nella società contemporanea.

Situato alle porte di Milano, il Quanta Village è un centro polisportivo dotato di ampi spazi e strutture per la pratica di oltre venti discipline, nonché un'area business per convegni e connessioni internet.



Il tema coinvolge l'intera filiera ed infatti vedrà una significativa ed autorevole partecipazione di componenti del mondo associativo, esperti ed operatori di mercato oltretutto una presenza istituzionale, quella dell'Assessore allo sport della Regione Lombardia, Antonio Rossi. Nella prima parte dell'incontro tratteremo quindi l'argomento in modo più istituzionale, dando la parola ai vari portavoce di categoria. Ognuno avrà modo di definire il proprio concetto Sportswear e riportare una propria visione settoriale. Dopo l'apertura dei lavori del Presidente di Moda&Sport Lombardia, Maurizio Governa, e di Illo Quintavalle, Amministratore Delegato Quanta, sarà proprio Rossi a dare il via alla parte 'istituzionale' del Convegno alla quale interverranno Giulio di Sabato, Presidente Assomoda,

L'INTERVISTA

Spirito di gruppo

Colloquio con Maurizio Governa, presidente Moda&Sport Lombardia, sul perché della manifestazione. E dell'associazionismo di categoria



Signor Governa, la scelta di commissionare una ricerca è sicuramente pregevole, quanto impegnativa. Come mai ha deciso di farsene carico la vostra associazione?

Quando iniziai ad occuparmi di Associazioni oltre 25 anni fa consideravo che l'idea di appartenere ad un gruppo di colleghi con il quale poter condividere dubbi, problemi, incertezze, potesse essere la migliore collaborazione concreta al fine di svolgere al meglio la mia professione di agente, e l'appartenenza a quella specifica Associazione di settore mi inorgoglia. Oggi, a distanza di tanti anni, penso sia ancora lo stesso. Ed a maggior ragione adesso, in un clima di mercato tanto incerto e impegnativo, sono convinto della centralità del ruolo degli agenti, al punto di poter essere proprio la nostra categoria a fungere da trait d'union tra l'industria ed il retail.

Ma parlare oggi di associazionismo non può sembrare superato?

Penso ci siano almeno due ottimi motivi per crederci ancora. Il primo importante punto è la specifica settorialità e cioè il fatto che quel gruppo parla, nel caso di Moda & Sport, del mercato dello sport e della moda e che quindi rispetta il mercato nel quale si opera.

Ecco perché ricevere e dare informazioni è un arricchimento professionale che non è in altro modo recuperabile, lo si riceve solo con il contatto personale con i colleghi e lo scambio di informazioni che l'associazione ambienta, sintetizza e trasferisce.

D'accordo sulla settorialità, ma forse non basta per essere ascoltati.

Il secondo punto è la rappresentatività e cioè il fatto che da soli non possiamo rappresentare al meglio i nostri problemi nei confronti di istituzioni, enti, associazioni, mentre se lo facciamo attraverso un organismo che ci identifica forse abbiamo maggiori possibilità di far arrivare la nostra voce. Il convegno di novembre è un esempio concreto della centralità e vitalità del nostro ruolo sul mercato. Ci abbiamo messo grande impegno nell'organizzazione di questa giornata ma il successo del nostro sforzo dovrà essere testimoniato da una presenza di visitatori che ci auguriamo essere importante.

Un mercato, quello sportivo, da anni in bilico tra tecnicità e moda...

Il titolo di questo nostro Convegno è stato unanimemente deciso dal Consiglio in quanto lo Sportswear è diventato il nuovo mercato comune trattato dalle nostre due Associazioni divise per anni, Assomoda e AAIS, e che ha portato alla costituzione di un'unica grande Associazione di settore. Anche nella distribuzione molti clienti sono diventati riferimento sia per gli agenti dello sport che per quelli della moda. L'argomento meritava quindi un approfondimento specifico.

Luca Businaro, Presidente Assosport, Claudio Marenzi, Presidente SMI – Sistema Moda Italia, Mario Boselli, Presidente Camera Nazionale della Moda, Elio Fiorucci, notissimo imprenditore e stilista di fama internazionale, non solo tra gli 'inventori' dello stile sportswear ma precursore di una visione distributiva moderna e trasversale.

Il momento centrale della giornata sarà rappresentato dalla presentazione delle due ricerche specialistiche commissionate da Assomoda alla Dimark e a Cerved Group, le quali faranno luce su molteplici aspetti relativi al settore dello sportswear con riguardo particolare alla rete distributiva, momenti interessanti nel retail e nei rapporti commerciali tra gli attori del settore. Dimark, società marchigiana, presenterà una ricerca che permetterà di conoscere meglio la situazione Italia in termini distributivi, punti vendita, cluster di livello, dimensioni, marchi trattati, mentre Cerved, società milanese, mostrerà la parte più finanziaria dell'argomento, tipi di società, fatturati, pagamenti, strutture, fallimenti. Una lettura approfondita

dei dati verrà pubblicata sul primo numero raggiungibile di *Top-Sport*, dopo l'evento.

La lettura dei numeri verrà commentata attraverso una tavola rotonda, affidata alla conduzione del Segretario Generale di Assomoda, Massimo Costa, nell'ambito della quale si confronteranno diversi esponenti e protagonisti del settore sportswear, compresi anche rappresentanti di eventi professionali di successo. Ci sarà dunque l'opportunità di ascoltare il punto di vista relativo alle Fiere con l'intervento dei responsabili di Ispo e White, così come quello di due tra i più importanti brand protagonisti del mondo dell'abbigliamento e della calzatura, nonché di due titolari di grandissime realtà italiane della distribuzione.

Per cercare di 'sportivizzare' la location dell'incontro l'associazione degli agenti ha deciso di trasferirsi dai più classici locali di Corso Venezia verso un grande centro sportivo immerso nel verde, il Quanta Village. Per partecipare al Convegno occorre registrarsi scrivendo a: assomoda@unione.milano.it



Da sinistra: Elio Fiorucci, Mario Boselli, Giulio Colombo e Luca Businaro. Saranno tra i relatori e partecipanti al Convegno di Assomoda.

Unica: BD TAPEVENE OUTDOOR 9

Calza di compressione Outdoor con funzione Tape

La calza di compressione TAPEVENE OUTDOOR 9 è stata concepita per alleggerire il carico durante il trekking. La pressione uniforme e graduata sul piede e sul polpaccio assicurano una miglior circolazione del sangue, una maggiore energia ed un tardato affaticamento. In più, la funzione "tape" aumenta la stabilità e riduce il pericolo di infortuni. La calzatura ottimale e la lana merino (regolazione termica) ne aumentano il comfort.



Nuovo: BD ADVENTURE T9

I materiali termoformabili stabilizzano il movimento del piede e la superficie forata in pelle favorisce un clima ottimale del piede. L'elemento a 3 strati nel metatarso e nel tallone sostiene maggiormente il calcagno. Più la camminata è stabile e controllata, minore è l'energia necessaria. Una migliore camminata assicura un tardato affaticamento e protegge le articolazioni (strato ammortizzato in poron di 2mm).



www.boot-doc.com