

## Parola d'ordine: evoluzione

a cura di Benedetto Sironi

Scrivo in un albergo a pochi passi da Times Square, New York City. Niente male, direte voi. Senonché, per una serie di coincidenze sfortunate, maltempo e ritardi mi trovo ancora negli USA quando da due giorni dovrei essere in Italia. Mi consolo ripensando ai giorni trascorsi a Salt Lake City e dintorni. Prima per alcuni giorni di snowboard testando i nuovi materiali sulla famosa "powder" dello Utah. Poi per partecipare con il nostro staff americano ad Outdoor Retailer (21-14 gennaio), la principale fiera per il mercato d'Oltre Oceano nel settore dell'outdoor. Ma non solo. Presenti infatti anche alcuni marchi boardsport come Dakine e Smith Optics, oltre a produttori di snowboard, kite e stand up paddle. Così come al successivo SIA Snow Show (fiera di riferimento per i boardsport USA, quest'anno per la prima volta a Denver, 28-31 gennaio) non sono mancati molti big player dell'outdoor.

A conferma che negli USA i due mondi - quello boardsport/freestyle e quello dell'outdoor - sono assai meno distanti che in altri mercati. Compreso quello italiano. Abbiamo visitato anche alcuni negozi, tra i quali due molto belli di Park City come Colesport e Jans. All'interno di molti punti vendita i marchi convivono felicemente, in particolare nel reparto mountain. Con proposte molto tecniche ma anche numerosi capi più "fashion oriented". Proprio quest'ultimo fattore, nella sua accezione più nobile di vero e proprio "lifestyle", caratterizza fortemente il mercato americano. Molti consumatori si vestono con i brand tecnici boardsport e outdoor non solo mentre praticano le svariate attività sportive, ma anche nella vita di tutti i giorni.

Ne hanno del resto anche dei validi e pratici motivi. Molti brand tecnici stanno lavorando sulle collezioni cercando di migliorare anno dopo anno alcuni fattori quali pragmaticità, funzionalità, attenzione alle richieste dei consumatori, sempre più prodotti travel e urban, crescente sensibilità ambientale, innovazione e originalità, allargamento della gamma con proposte per donne e bambini. Questi i trend che abbiamo recepito nel nostro viaggio negli USA.

In attesa di scoprire dal vivo cosa ci riserverà Ispo Winter di Monaco, la più importante fiera europea degli sport invernali. Una parola che racchiude bene tutto quello di cui abbiamo parlato finora è "evoluzione". Una necessità, in un mercato che cambia sempre più velocemente, complici anche tecnologie digitali, Internet e social network. A proposito, sul primo numero dell'anno di *Pointbreak Magazine* non perdetevi il nostro esclusivo "Fansometro". Sarà periodicamente aggiornato e - ne siamo certi - rappresenterà una delle sezioni più seguite.

Per il ruolo che ha, e intende continuare a recitare, anche *Pointbreak Magazine* ha la necessità di evolversi. Nato 7 anni fa, è un punto di riferimento irrinunciabile. Ne siamo felici e onorati. Ma più che rilassarci nel confortante giaciglio dei complimenti, preferiamo rimanere vigili e propositivi. Selezionando le notizie più importanti dall'Italia e dall'estero, approfondendo tecnologie e innovazioni, mettendo in luce nuovi trend, anteprime esclusive, dati di mercato o nuove rubriche come il già citato "Fansometro".

Senza dimenticare l'importanza del web: proprio per questo abbiamo lanciato la newsletter online che state leggendo. E vi saranno novità anche per il sito. Sull'onda della convinzione che contro la selezione naturale di qualsiasi mercato, compreso quello editoriale, l'evoluzione sia senza dubbio un ottimo modo per continuare ad essere protagonisti del mercato.

### EDITORIALE

#### La nostra nuova newsletter

Un nuovo strumento di informazione arricchisce l'offerta di *Pointbreak Magazine*. Questo che state leggendo è il numero "0" della nostra nuova newsletter, che sarà inviata ogni due settimane ad una mailing list di oltre 8.000 operatori del settore: aziende, negozianti e agenti di commercio. Vale a dire, i lettori del nostro giornale. Al quale la newsletter non vuole certo sostituirsi. Nè potrebbe farlo del resto, per evidenti motivi. Va semmai a completare il ruolo del magazine, offrendo notizie fresche e veloci. Che saranno introdotte da un articolo di apertura come quello in questa pagina. Il tutto naturalmente con la massima autorevolezza, competenza e correttezza che ci contraddistingue. Rimanete dunque sintonizzati attentamente sui nostri schermi. L'appuntamento con la prima newsletter completa e "ufficiale" di *Pointbreak Magazine* è per lunedì 22 febbraio.



Venite a trovarci ad Ispo Winter e ritirate una copia del nuovo numero di *Pointbreak Magazine*.  
Sport Press srl - Hall A2/Stand 526



board\_ispo shop summit

# MODERN SHOP STRATEGIES

incl. SOURCE Job Agency | New Blood Activists & ispo Boardsports Award

Sun 07 to Wed 10 February 2010 | Hall A1.222

part of: shop summit | 360