

ENTORNO

Ispo roza los 80.000 visitantes en una feria marcada por la sostenibilidad y la digitalización

La mayor feria de la industria del deporte abrazó por primera vez a los eSports en busca de cómo puede impulsar el negocio de unas marcas tradicionalmente volcadas en la actividad al aire libre.

Palco23
6 feb 2019 - 16:39

Ispo roza los 80.000 visitantes en una feria marcada por la sostenibilidad y la digitalización

Los eSports están en el radar de todas las competiciones deportivas, pero también en el de los fabricantes de artículos para la práctica de distintas disciplinas. Así lo ha evidenciado Ispo, la mayor feria de la industria y que estos días ha reunido a casi 80.000 profesionales en Múnich. Y mientras los expositores reflejaban los cambios que ha experimentado el *outdoor*, en el pabellón de coloquios el foco se situaba en la transformación digital.

“Además de las innovaciones en las áreas de deportes de invierno, actividades al aire libre y actividades físicas, la industria aprendió a seguir siendo atractiva para los consumidores del futuro”, señala la organización, que mezcló ponencias de atletas como el *skateboarder* Tony Hawk con las de altos ejecutivos de marcas como Adidas para hablar de interacción con la comunidad.

“Ispo Munich demostró que hay un gran potencial inexplorado para las marcas y los minoristas de la industria de artículos deportivos. Esto puede impulsar el crecimiento y, sobre todo, dinamizar la industria”, ha comentado Klaus Dittrich, presidente y director ejecutivo del recinto ferial Messe München.

Además de los visitantes presenciales (4.000 menos que hace un año por el impacto de las nevadas que provocaron cancelaciones de numerosos vuelos), la organización destaca que casi 300.000 personas se conectaron a sus *streamings* de las charlas sobre digital y eSports. “Esto crea una tremenda oportunidad para toda la industria del

deporte, particularmente en términos de llegar a grupos objetivo de jóvenes. La digitalización juega un papel clave aquí”, señalan.

Otro de los temas clave en la edición de 2019 ha sido la sostenibilidad, con numerosas marcas presentando prendas elaboradas con tejidos a partir de materiales reciclados. “La industria de artículos deportivos puede hacer su parte mediante el uso de materiales y procesos de producción sostenibles”, ha argumentado Dittrich.