

Oberalp in continua crescita in termini di competenza e attenzione per l'ambiente.

A giugno il marchio americano di scarpette da arrampicata EVOLV entrerà a far parte della famiglia dei marchi Oberalp.

Come unica azienda in Italia, Oberalp si riconferma "leader" in ambito di sostenibilità. Lo riporta il report di sostenibilità 2018.

Il Gruppo Oberalp con i suoi marchi SALEWA, DYNAFIT, POMOCA e WILD COUNTRY cresce anche quest'anno con l'acquisizione del marchio americano EVOLV, specializzato esclusivamente in scarpette da arrampicata. "In questo modo possiamo emergere nell'ambito dell'arrampicata sportiva, in crescita a livello internazionale, insieme al nostro marchio WILD COUNTRY, che opera soprattutto nell'ambito dell'attrezzatura tecnica, come fornitore di soluzioni complete", così spiega Ruth Oberrauch, a nome della famiglia proprietaria, l'acquisizione del marchio. Oberalp, con i suoi cinque marchi specialisti della montagna, intende guadagnarsi un ruolo di rilevanza nel vasto mercato dell'outdoor. Per la prima volta il Gruppo Oberalp presenta il suo report di sostenibilità "Contribute" per l'esercizio passato, insieme ai dati di bilancio. "A partire da quest'anno i parametri economici saranno pubblicati insieme ai dati sulla sostenibilità", afferma il CEO del Gruppo Oberalp, Christoph Engl. Per la terza volta consecutiva, l'azienda altoatesina è stata l'unica azienda in Italia a ricevere lo status di "Leader FWF" dalla ONG "Fair Wear Foundation (FWF)". Il 97 % di tutti i prodotti tessili di SALEWA, DYNAFIT e WILD COUNTRY sono prodotti in fabbriche monitorate dal punto di vista di condizioni lavorative e standard sociali. "Raggiungere obiettivi come questo nel settore della sostenibilità per noi è un successo, tanto grande quanto l'ulteriore crescita dell'azienda del 5 %, raggiungendo 220 milioni di euro". Il Gruppo Oberalp impiega circa 700 persone in tutto il mondo, di cui circa 440 in Italia e 230 nella sede di Bolzano Sud.

"Facciamo solo laddove siamo competenti e lo facciamo con passione. Parliamo quindi di montagna, anche sotto forma di palestra di arrampicata", afferma il CEO del Gruppo Oberalp, Christoph Engl. "La nostra crescita è dovuta alla focalizzazione sull'alpinismo, mentre molti altri marchi tentano il successo nel settore più ampio dell'outdoor". Ecco perché il marchio EVOLV si inserisce così bene nella strategia del marchio Oberalp: Il marchio recentemente acquisito, finora conosciuto soprattutto nel mercato statunitense, si presenta con un'evidente attenzione alle scarpette da arrampicata con una produzione di 120.000 paia all'anno. Il Gruppo Oberalp sottolinea così la propria dedizione agli ambiti dell'arrampicata e del bouldering, approfondendo anche questo specifico settore. "La palestra è l'unica montagna ancora in crescita su questo mondo. Questa montagna è giovane e urbana. Con entrambi i marchi da alpinismo puntiamo soprattutto ai mercati asiatici e statunitensi. Ma EVOLV potrà collocarsi perfettamente anche in Europa all'interno della comunità degli alpinisti", così Engl riassume la strategia Oberalp per EVOLV.

EVOLV rimane a Los Angeles

EVOLV venne fondata 16 anni fa a Los Angeles dal coreano Brian Chung che, con Chris Sharma, leggenda dell'arrampicata, ebbe un ambasciatore estremamente importante. Come fondatore ed esperto di product management Brian Chung continuerà a fare parte della gestione del marchio e continuerà a guidare il marchio da Los Angeles. Il Gruppo Oberalp considera il potenziale di crescita del marchio EVOLV molto elevato. Dopotutto l'arrampicata sportiva diventerà una disciplina olimpica a partire dai prossimi giochi olimpici a Tokyo, guadagnando così una notevole rilevanza per il grande pubblico. "L'arrampicata è una nuova forma di fitness. L'allenamento in palestra non attira soltanto gli appassionati di montagna e gli alpinisti. Molti giovani scoprono l'arrampicata come uno sport che combina diversi aspetti: forza, agilità, concentrazione. Sempre più persone scoprono autonomamente l'arrampicata sportiva e si avvicinano alle palestre dalle pareti rocciose", così descrive la tendenza Ruth Oberrauch. Anche se EVOLV rimane un marchio indipendente, le sinergie con WILD COUNTRY saranno sfruttate e integrate nei processi aziendali, ad esempio nel campo del controllo qualità e della sostenibilità.

Nel 2018 sono stati effettuati 2500 test sui residui chimici dei nostri prodotti

Oberalp ha a cuore il miglioramento continuo di condizioni di lavoro eque nelle fabbriche del gruppo e la qualità sostenibile dei prodotti del marchio. Il Gruppo Oberalp con SALEWA, DYNAFIT e WILD COUNTRY utilizza nelle proprie collezioni di abbigliamento circa il 92 % di materiali certificati secondo rigidi criteri ambientali (bluesign® e OEKO-TEX®). Inoltre nel 2018 la società ha svolto oltre 2.500 test per controllare la presenza di residui chimici nei prodotti. Oberalp vuole mostrare ai suoi clienti in modo trasparente cosa significa impegnarsi per la responsabilità sociale. "Come imprenditori è nostro obbligo garantire un trattamento equo per tutti gli impiegati e le impiegate all'interno della nostra catena di produzione e, allo stesso tempo, lasciare alle generazioni future un pianeta su cui valga la pena vivere", scrive il fondatore Heiner Oberrauch nella sua introduzione a "Contribute", il report sulla sostenibilità di Oberalp. Tutta la collezione di calzature dei marchi SALEWA e DYNAFIT viene esaminata da laboratori indipendenti. Il 76 % dei prodotti di abbigliamento vengono prodotti con tessuti privi di PFC. I PFC sono sostanze chimiche che rendono l'abbigliamento tecnico idrorepellente. Questi prodotti sono importanti per la performance dei prodotti tecnici, hanno però un impatto negativo sull'ambiente, poiché impiegano decenni a decomporsi. "Quello che abbiamo raggiunto finora in questo campo è un risultato molto positivo", afferma Ruth Oberrauch nel suo ruolo di responsabile del reparto sostenibilità del gruppo, "ma continuiamo a investire nella ricerca e nello sviluppo dei prodotti, lavorando con i nostri partner per trovare soluzioni nuove e sostenibili e per ridurre ulteriormente l'uso di PFC".

Ogni banconota è una scheda elettorale

In termini di sostenibilità il Gruppo Oberalp si rivolgerà ai clienti finali in modo ancora più schierato. "Ogni acquirente deve sapere che la sua banconota equivale ad una tessera elettorale", afferma il CEO Christoph Engl. Per chi acquista un prodotto a prezzi estremamente economici, soprattutto nel campo dell'abbigliamento tecnico da montagna, la

sostenibilità può non essere così importante. Oberalp con i propri marchi non può e non vuole partecipare alla lotta al prezzo più conveniente, ma deve affermarsi come fornitore di valore. Per questo è importante crescere bene come azienda e investire a sufficienza nello sviluppo e nella ricerca dei prodotti. Dall'estate dello scorso anno l'azienda ha creato un proprio dipartimento di ricerca e sviluppo, per guidare l'innovazione.

Il marchio svizzero POMOCA è leader mondiale nel settore delle pelli da sci

Il marchio svizzero POMOCA (leader nel mercato mondiale) specializzato in pelli da sci, ha contribuito alla crescita del 5 % delle vendite, seguito dallo specialista di sci alpinismo e corsa in montagna DYNAFIT. Il marchio di montagna SALEWA continua a rappresentare la quota maggiore delle vendite, mentre il marchio di arrampicata WILD COUNTRY ha la più grande distribuzione di vendite internazionali. Nell'anno 2019 il Gruppo Oberalp prevede di consolidare i risultati economici. "La crescita del mercato outdoor ha da tempo superato il suo apice", così analizza Christoph Engl il contesto economico. La prossima fase di sviluppo per il marchio Oberalp richiede una grande stabilità di quanto realizzato finora per avventurarsi in qualcosa di nuovo. "Siamo entusiasti e motivati", rivela Ruth Oberrauch, "e abbiamo idee e piani concreti su come vogliamo trasmettere la passione per la montagna alle nuove generazioni".