

Al via il 18 maggio la terza edizione della Oberalp Virtual Convention

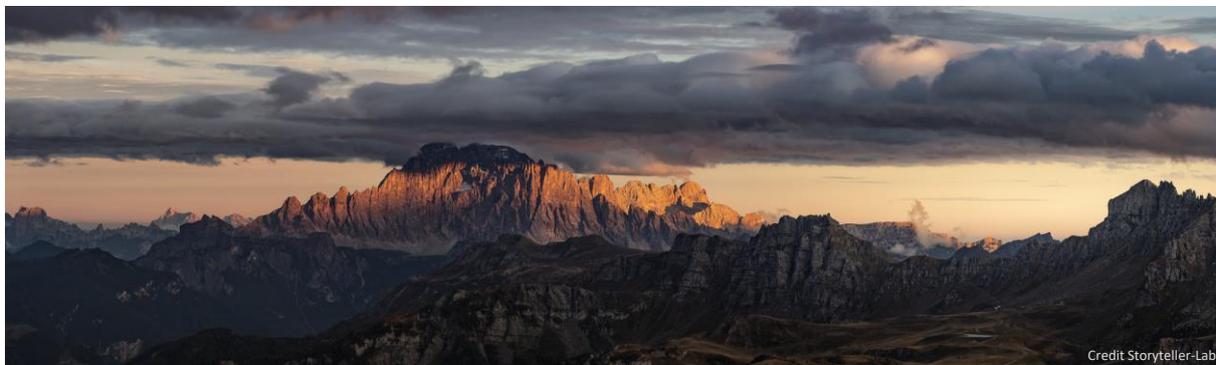
Aumentano i nuovi frequentatori della montagna

Tema della convention: **La prima esperienza in montagna**

Sotto i riflettori: la prima collezione di **LaMunt**, il marchio premium di montagna creato da donne per donne

Salewa, Dynafit, Wild Country, Evolv e Pomoca presentano i loro **highlights di stagione** a 47 metri di altezza, sul tetto del headquarter di Bolzano

Lo scorso anno un numero record di nuovi frequentatori ha scelto la montagna come destinazione per le vacanze e il tempo libero, spesso avvicinandosi per la prima volta agli sport outdoor. Stando agli aumenti degli ordinativi del Gruppo Oberalp, la tendenza sembra essere confermata anche per il 2021. Se la pandemia globale Covid-19 ha innescato questo cambiamento di abitudini, motivando molte persone a prendere in considerazione per la prima volta un'esperienza in montagna a contatto con la natura, quella nata come un'esigenza di distanziamento si è trasformata in una novità sul piano dell'esperienza personale.



Credit Storyteller-Labs

Per il Gruppo Oberalp era importante non limitarsi a osservare questo fenomeno, ma approfondirlo per capire più a fondo le radici e le opportunità di questa tendenza. Quali sono le ragioni emotive di questa scelta? Quali sono le motivazioni che accompagnano una prima esperienza in montagna e quali i dubbi che nascono nei nuovi frequentatori? Per comprendere a fondo le dinamiche inesprese del fenomeno, l'azienda altoatesina ha commissionato all'istituto internazionale di ricerca comportamentale Karmasin Behavioural Insights di Vienna uno studio ad ampio raggio tra Germania, Austria, Svizzera e Italia. Quasi 900 partecipanti sono stati intervistati sul tema "La mia prima esperienza in montagna" affrontando le motivazioni e le esperienze di chi ha trascorso le proprie prime vacanze estive in montagna nell'estate del 2020.

A proposito delle proprie paure e difficoltà durante questa prima esperienza, molti degli intervistati hanno risposto di non aver saputo come equipaggiarsi correttamente, e che col senno di poi si sarebbero dovuti attrezzare con materiali specifici, anche approfittando delle opzioni di noleggio. "Questo è esattamente il punto in cui noi, come specialisti degli sport di montagna,

dobbiamo intervenire con le nostre soluzioni", commenta Christoph Engl, CEO del Gruppo Oberalp. "C'è ancora troppa complessità nei prodotti per la montagna e nel loro utilizzo". Essere al fianco dei nuovi utenti è l'obiettivo condiviso dai brand specializzati negli sport di montagna del Gruppo Oberalp. Che si tratti di dare sicurezza durante le prime prese di arrampicata con i marchi Wild Country ed Evolv, o di assecondare la scoperta di un nuovo desiderio di leggerezza e velocità atletica con i prodotti Dynafit. Che si tratti di accompagnare la prima esperienza alpinistica con l'attrezzatura di Salewa, il brand delle Dolomiti, oppure di interpretare le aspettative femminili con il nuovo marchio premium LaMunt, tutti i brand manager del gruppo sono impegnati a semplificare e rendere accessibile la montagna a chi la frequenta per la prima volta, offrendo la sicurezza necessaria per approfondire una passione appena scoperta.

I risultati dettagliati dello studio comportamentale del Karmasin Behavioural Insights verranno presentati il **18 maggio** alle ore 17.00 in occasione della Oberalp Virtual Convention, l'evento online sul sito web convention.oberalp.com durante il quale

verranno anche svelate ufficialmente le collezioni per l'estate 2022 di Salewa, Dynafit, Pomoca, Wild Country ed Evolv, in un format aperto anche al pubblico degli appassionati.



Oberalp - Group CEO, Christoph Engl
Credit Storyteller-Labs

“Crediamo che in un mondo digitale sia fondamentale che i consumatori finali possano accedere al medesimo livello di informazione dei rivenditori”, spiega Christoph Engl motivando la rivoluzionaria decisione del Gruppo Oberalp di rendere visibili al grande pubblico le collezioni dei propri marchi per l'anno successivo. “In questo modo i fan dei nostri marchi possono farsi un'idea di quello che arriverà sugli scaffali con un anno di anticipo”.

Per la prima volta si apre il sipario su LaMunt, il marchio premium di montagna creato da donne per donne

In occasione della Oberalp Virtual Convention salirà sul palco anche LaMunt, il nuovo marchio di abbigliamento sportivo premium del Gruppo Oberalp, per rivelare l'attesa prima collezione. I trentadue pezzi per la stagione estiva 2022, frutto dell'appassionato lavoro della fondatrice del marchio Ruth Oberrauch e del suo team tutto al femminile, esperte e appassionate di montagna, saranno disponibili presso rivenditori selezionati a partire da febbraio 2022. “Ma già da novembre 2021”, rivela l'ambiziosa imprenditrice, “una piccola selezione dei nostri prodotti sarà disponibile in anteprima sul nostro online-shop”.



LaMunt – Collezione Primavera/Estate 2022
Credit Storyteller-Labs

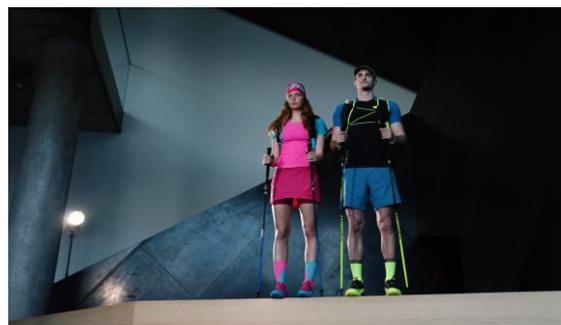
L'esclusivo Oberalp Summit a Plan de Coronas, in Alto Adige

Durante un anno contrassegnato dalla pandemia a livello globale, il Gruppo Oberalp è stato il pioniere di una nuova forma di comunicazione, prima tra le aziende del settore a presentare le nuove collezioni dei propri marchi attraverso una piattaforma digitale, in sostituzione della tradizionale Oberalp Convention che si tiene ogni stagione ad Alpbach in Austria. “Ora, dopo un intero anno, è arrivato il momento di dare uno spazio adeguato alle relazioni interpersonali e ai contatti con i nostri partner e clienti”, dice Christoph Engl. “Vogliamo fare tutto il possibile per avere finalmente uno scambio di idee lontano dai monitor”.

L'azienda altoatesina ha quindi programmato un evento esclusivo per un numero molto limitato di invitati, che si svolgerà il 7 e 8 giugno presso il Museo Lumen a Plan de Coronas, in Alto Adige. In questa occasione lo studio comportamentale sul tema "Le mie prime esperienze in montagna" sarà presentato dalla dottoressa Helene Karmasin, fondatrice dell'omonimo istituto. I retail partner del Gruppo Oberalp potranno così approfondire e discutere i risultati dello studio confrontandosi con i colleghi di settore e apprezzare di persona le collezioni per l'estate 2022 dei marchi di montagna del Gruppo Oberalp.



Salewa – Collezione Primavera/Estate 2022
Credit Storyteller-Labs



Dynafit – Collezione Primavera/Estate 2022
Credit Storyteller-Labs

Contatti per la stampa

OBERALP Spa

Lisa Kröss
Executive Assistant CEO &
Group Corporate Communication
+39 0471 24 26 61
group.pr@oberalp.com

SALEWA & DYNAFIT ITALIA

Stefano Lentati
High Wind Area
+39 335 62 51 376
stefano@highwindarea.it

LAMUNT

Maria Chiara Gulinatti
Ufficio stampa – Studio Tullio Marcati
+39 02 36728150
mgulinatti@studiotm.org

.....

Il Gruppo Oberalp è un'azienda a conduzione familiare con sede a Bolzano, nel nord Italia. Heiner Oberrauch ha fondato l'azienda nel 1981. Oggi, il gruppo impiega circa 700 collaboratori, gestisce 10 filiali in Europa e negli Stati Uniti e serve 3.500 clienti in oltre 60 paesi al mondo. Oltre allo sviluppo e alla produzione di articoli per gli sport di montagna con i propri marchi, l'azienda opera anche come partner di distribuzione per marchi sportivi di fama internazionale. Il marchio SALEWA, originariamente di Monaco di Baviera, fa parte del Gruppo Oberalp dal 1990. Nel corso degli anni i marchi DYNAFIT, POMOCA, WILD COUNTRY e, più recentemente, EVOLV si sono aggiunti al portfolio dell'azienda. Dal 2022 il gruppo lancerà nel mercato il nuovo marchio di montagna da donne per donne "LaMunt". L'azienda a conduzione familiare mostra il suo coraggio nell'aprire nuovi orizzonti, e nel proporre innovazione continua di prodotti, processi e pensiero. La consapevolezza e la sensibilità verso l'ambiente e le persone insieme alla passione per lo sport e la montagna sono la base della nostra cultura aziendale. Dal 2018 il bilancio di sostenibilità del Gruppo Oberalp „Contribute“ viene pubblicato ogni anno insieme ai dati di bilancio. Già per la quarta volta consecutiva l'azienda è stata unica in Italia ad essere premiata con lo status di "Leader" da parte della ONG „Fair Wear Foundation“.