

Made in Asia or Made in Europe?

La supply chain dell'industria dell'outdoor in tempi turbolenti

La crescente domanda degli appassionati di montagna per l'abbigliamento tecnico, le calzature e l'attrezzatura si scontra con la fragilità delle catene di approvvigionamento globali. La pandemia lo ha dimostrato: ci troviamo tutti nella medesima situazione. Dal fornitore fino al consumatore finale - tutti noi ci accorgiamo subito se la catena di fornitura subisce dei rallentamenti o si inceppa a causa di crisi o di conflitti. Il cambiamento climatico sta facendo la sua parte, mettendo l'industria dell'outdoor davanti a grandi sfide - in particolare, come si concilia il boom della domanda con una produzione sostenibile? Come possono aziende, attive a livello globale, essere all'altezza della loro responsabilità sociale in tutti i siti produttivi? E perchè l'abbigliamento e l'attrezzatura tecnica di alta qualità vengono prodotti proprio in determinati luoghi?

Durante l'Oberalp Summit del 10 maggio a Igls/Innsbruck e l'Oberalp Virtual Convention - online a partire dal 12 maggio -, la casa dei marchi Oberalp di Bolzano cercherà delle risposte a queste domande cruciali. E non solo per i suoi sei marchi degli sport di montagna. In un documentario composto da quattro episodi, il Gruppo Oberalp chiederà a fornitori, associazioni industriali, ONG e rinomati competitor una valutazione delle opportunità, delle sfide e dei rischi delle catene di approvvigionamento per il settore. È un tentativo di trovare approcci e soluzioni comuni. Perché l'industria dell'outdoor può avere successo solo se si lavora insieme per gestire modelli di business in modo etico e sostenibile. "Coloro che incentivano le persone ad essere attive nella natura, devono anche aver fatto della conservazione della natura il loro punto di riferimento", afferma Christoph Engl, CEO del Gruppo Oberalp.

Date un'occhiata a ciò che l'industria dell'outdoor ha da dire a riguardo. Il documentario di quattro episodi sul tema "Made in Europe - Made in Asia" sarà disponibile online a partire dal 12 maggio al sito <https://convention.oberalp.com/de>. I quattro episodi da 8 minuti

Episodio 1: Qual è il miglior luogo di produzione?

Scarponi da montagna dalla Romania, giacche dalla Cina, t-shirt dal Bangladesh e maglieria dall'Italia - al centro del primo episodio la domanda sulla scelta del sito produttivo in base alla tipologia del prodotto, dal quale si evince che le competenze tecniche e le abilità delle persone locali prevalgono rispetto ai costi, quando si tratta di scegliere un luogo di produzione.

Episodio 2: Perché investire nella qualità dei luoghi di produzione?

L'impegno per la "responsabilità sociale d'impresa" è più di un fattore di costo. Gli investimenti in azioni sostenibili e condizioni

di lavoro eque stanno diventando un criterio di qualità e una garanzia per prodotti di alta qualità. Soprattutto nell'industria dell'outdoor diventano sempre più numerose le sinergie per raggiungere insieme questo obiettivo. Tra singoli marchi e aziende, lontani dal voler concorrere l'un l'altro, si lavora insieme per raggiungere grandi obiettivi.



Il tema di questa edizione del Oberalp Summit e Convention: Made in Asia or Made in Europe?

La seconda parte del documentario indaga su come forti collaborazioni stiano migliorando le condizioni su tutti i livelli della catena di approvvigionamento, mostra i successi raggiunti e le necessarie future azioni da intraprendere.

Episodio 3: Perché la merce non arriva mai nei tempi previsti?

Si può vendere solo quello che si ha in casa. Proprio il settore del commercio al dettaglio ha dovuto, negli ultimi due anni, combattere più volte con i problemi di consegna. Già da molti anni, consegnare la merce ordinata nei tempi stabiliti è una sfida latente.

Nella terza parte del documentario la parola viene data a product manager, sviluppatori e produttori, i quali fanno una panoramica della complessità del portare una nuova collezione outdoor nei singoli punti vendita. Cosa bisogna tenere in considerazione prima che un nuovo prodotto venga lanciato sul mercato? Perché questo processo richiede così tanto tempo? Dove possono sorgere problemi?

Episodio 4: Cosa possiamo aspettarci nei prossimi anni?

Già oggi, non si tratta più di lanciare sul mercato molti nuovi prodotti, e il più rapidamente possibile. Decisivo è riconoscere i trend a lungo termine ed identificare il prima possibile le nuove esigenze dei clienti. Agire in maniera sostenibile significa soprattutto sviluppare prodotti più durevoli, ricercare materiali migliori e comprare in maniera più intelligente. Questo richiede

approcci completamente nuovi, afferma Ruth Oberrauch, membro della Direzione del Gruppo Oberalp. E stabilisce una chiara linea: "Le innovazioni che non sono sostenibili non sono innovazioni".

Oberalp Virtual Convention on-line dal 12 maggio 17:00 su <https://convention.oberalp.com/de>.

Contatto

OBERALP AG
Barbara Bertagnoli
Executive Assistant President &
Group Corporate Communication
+39 0471 24 27 01
group.pr@oberalp.com

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 più di 900 collaboratori. 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 ed EVOLV si sono aggiunti al portfolio dell'azienda. Nel 2022 il gruppo ha lanciato sul 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 per 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 quinta volta consecutiva l'azienda è stata unica in Italia ad essere premiata con lo status di "Leader" da parte della ONG „Fair Wear Foundation“.