

## EVENTI SKIPASS

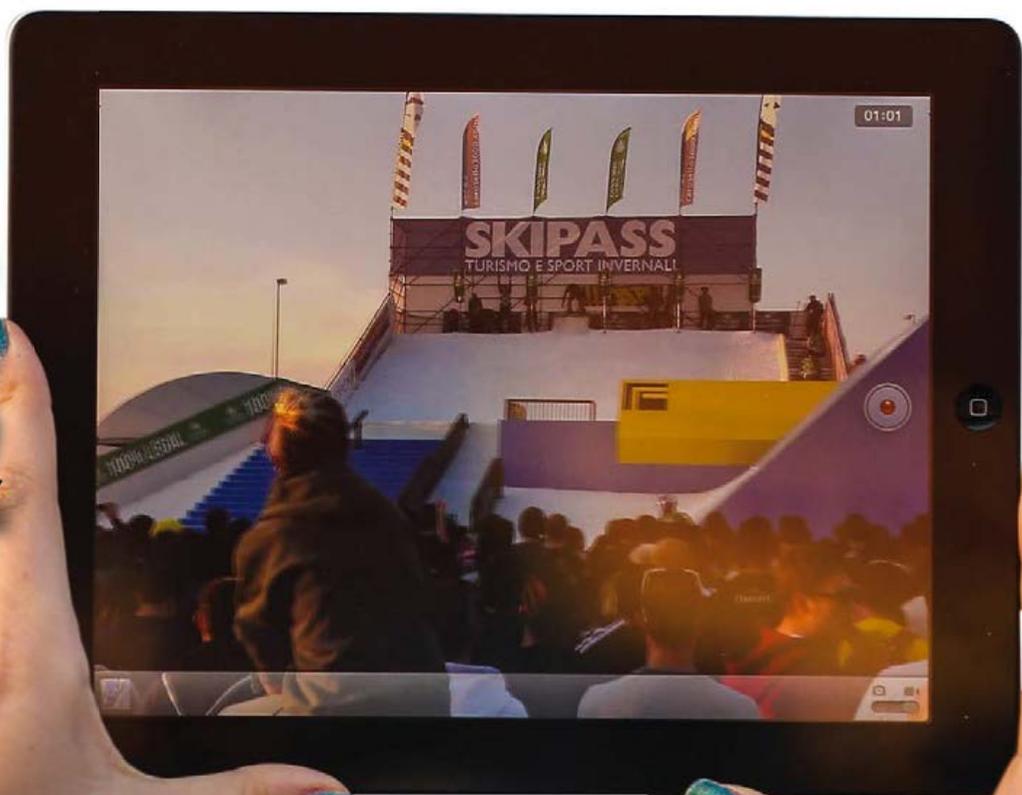
*di Andrea Ronchi - Foto Ufficio Stampa Skipass*





# BUONA LA PRIMA

LA NUOVA GESTIONE DI SKIPASS PASSATA A  
MODENA FIERE REGALA NUMERI SODDISFACENTI  
PER L'EDIZIONE 2014 E GIÀ SI GUARDA ALLA  
PROSSIMA CON NUOVI INTERESSANTI PROGETTI





#### LA MONTAGNA NEL CUORE

TUTTE LE ATTIVITÀ DEL COMPARTO ALPINO HANNO RITROVATO CENTRALITÀ DEGLI SPAZI ESPOSITIVI. IN QUESTA PAGINA IL FREESTYLE CON IL FOLTO PUBBLICO AL SEGUITO; NELLA PAGINA A FIANCO, LE NUMEROSE ATTIVITÀ PRESENTI NELL'AREA OUTDOOR E IN ALTO FEDERICA BRIGNONE E CHIARA COSTAZZA CHE FIRMANO AUTOGRAFI PER I FAN



**A** poche settimane dal termine dell'edizione 2014 di Skipass è tempo di bilanci. Il Salone del turismo e degli sport invernali si è svolto per la prima volta sotto la direzione di ModenaFiere e abbiamo chiesto al suo amministratore delegato, Paolo Fantuzzi, di tracciare un bilancio: «È andata molto bene. Skipass è una manifestazione matura con vent'anni di storia alle spalle. La prima edizione sotto la regia di ModenaFiere si è svolta nel segno della continuità: staff, formula e obiettivi sono stati gli stessi di sempre. Alla realizzazione della 21esima edizione di Skipass sotto la supervisione di ModenaFiere hanno collaborato i professionisti che da anni curano strategie, commercializzazione e promozione dell'evento. In più, abbiamo scelto di riproporre la consueta formula "esposizione e spettacolo" integrandola con alcune novità, sia per quanto riguarda gli eventi b2b sia per il pubblico, perché crediamo che sia il miglior veicolo promozionale per la montagna bianca».

Skipass ha consolidato i numeri delle ultime edizioni e rivelato nuove potenzialità. Grazie a una strategia mirata a incrementare la presenza in fiera delle famiglie con bambini e degli operatori del trade turistico e degli articoli sportivi, Skipass ha confermato il ruolo di vetrina d'eccellenza per il sistema neve, senza perdere il tocco graffiante e l'immagine di evento adrenalinico attento alle tendenze e ai gusti degli utenti più giovani della montagna bianca. Obiettivi raggiunti dunque? «Assolutamente sì - ha continuato Fantuzzi - Abbiamo chiuso questa prima esperienza consolidando il numero di visitatori e la qualità del progetto. Hanno scelto di essere presenti in fiera i brand degli articoli sportivi e sono tornati - o sono approdati per la prima volta a Skipass - importanti operatori turistici nazionali e internazionali. Se l'obiettivo di un salone aperto al pubblico è focalizzare l'attenzione dell'opinione pubblica e dei media, con oltre 90mila visitatori e con articoli e servizi sulle principali testate nazionali di stampa e tv, possiamo ritenerci soddisfatti».

Cosa vi ha sorpreso maggiormente nell'organizzare Skipass 2014? «L'entusiasmo davvero forte dello staff e dei visitatori. Dei veri appassionati». Ed ora, che progetti avete per l'edizione 2015? «Ci adopereremo di nuovo sui due fronti esposizione e spettacolo per garantire un buon prodotto. Questo significa che approfondiremo le partnership con le federazioni e le associazioni del settore e studieremo nuove forme di promozione per la neve, ad esempio qualificando ulteriormente i contest di sci e snowboard in area esterna e lavorando intensamente anche al b2b». Arrivederci al 2015! ❄️





## I NUMERI DELLA 21° EDIZIONE

- 20mila** metri quadrati di superficie espositiva: turismo e sport invernali
- 25mila** metri quadrati di aree spettacolo e animazione
- 2.230** metri quadrati di superficie innevata
- 90** mila visitatori
- 115** meeting, workshop, eventi b2b, premiazioni e conferenze stampa
- 1.000** bambini tra i 4 e 12 anni hanno partecipato alle lezioni di sci sulla neve
- 440** bambini tra i 3 e i 6 anni hanno surfato sullo snowboard nel Burton Riglet Park
- 153** bambini dai 6 anni in su hanno partecipato alle lezioni di snowboard sulla neve
- 81** atleti e **16** crew hanno partecipato ai rail contest di freeski e snowboard
- 50** principianti hanno provato il Rail Beginners
- 200** visitatori si sono messi alla prova sullo Ski Simulator, la novità dell'edizione 2014
- 98** atleti iscritti al Campionato Italiano Boulder
- 941** visitatori hanno provato l'arrampicata sportiva sul boulder e sul rotor
- 874** bambini hanno dato la scalata alla parete di arrampicata alta 8 metri
- 2.500** adulti e bambini hanno provato il pattinaggio sul ghiaccio e lo sci di fondo
- 2.700** visitatori hanno partecipato all'estrazione della videocamera GoPro.

