



I migliori brand da social network

Il periodico B2B Outdoor Usa Magazine, specializzato nelle attività outdoor, ha presentato il suo 2010 Social Media Awards, un riconoscimento dedicato ai brand che hanno saputo utilizzare meglio i social network per coinvolgere i propri fan. I vincitori del 2010 sono: brand più apprezzato su Facebook: Life is Good (752.661 "Mi piace"); brand più seguito su Twitter: The North Face (23.264 Follower); brand più visto su YouTube: Patagonia (3.154.204 visualizzazioni).

Salice, vendite al più 28,5%

Quest'anno Salice Occhiali è andata in controtendenza rispetto al mercato e alla crisi e presenta un bilancio 2010 con aumento delle vendite, aumento del fatturato e nuovi Paesi conquistati nella distribuzione del marchio. Una sfida importante, quella dell'amministratore delegato, Anna Salice, terza generazione della famiglia alla guida dell'azienda, che ha caparbiamente mantenuto la produzione là dove è nata la Salice, ormai più di 90 anni fa, e che non si è lasciata tentare dal sottocosto della manodopera cinese cre-



dendo nella professionalità e nella capacità dei propri collaboratori. Una sfida che, anno dopo anno viene vinta e premiata dal pubblico. Le stanno dando ragione le vendite che lo scorso anno sono aumentate del 28,5 % rispetto al 2009 per un fatturato totale di 6 milioni e mezzo di euro e l'ingresso in nuovi mercati tra cui Sud Africa, Kirzakistan, Taiwan e Hong Kong.



Sport 2000 France

Dopo gli annunciati cambi di proprietà il gruppo d'acquisto Sport 2000 France non vede più Willian Monti nel ruolo di presidente. Al suo posto è stato nominato il trentasettenne Yannick Morat, portatore di

esperienze maturate ad alto livello dirigenziale, lavorando per Salomon e Adidas in Corea del Sud e negli Stati Uniti e occupandosi di alcuni negozi di articoli sportivi di famiglia, accorpati a Sport 2000.

L'Italia e i mondiali in Brasile

Gli investimenti previsti in termini di infrastrutture necessarie per lo svolgimento dei campionati mondiali di calcio del 2014 in Brasile ammontano a oltre 20 miliardi di euro e ulteriori 13 miliardi sono previsti per le Olimpiadi estive del 2016. Ecco perché, nel prossimo mese di maggio, Confindustria prevede di organizzare insieme all'Istituto per il commercio Estero una missione dedicata alle imprese dei settori legati ai grandi eventi sportivi: dalle infrastrutture alla sicurezza, ma anche accoglienza e comunicazione. Alla missione seguirà poi, in ottobre, un forum economico Italia/Brasile organizzato con la Lide, l'associazione imprenditoriale che riunisce le più grandi aziende che lavorano nel Paese.

Outdoor per Black Diamond

Black Diamond, realtà americana produttrice di attrezzature e accessori per gli sport invernali, ha comunicato che, probabilmente nell'autunno del 2013, lancerà linee di scarpe e di abbigliamento per l'outdoor, precisando di aver individuato in tale strategia la più significativa opportunità di crescita per il brand.