

<b>Zeitschrift:</b>	Gioventù e sport : rivista d'educazione sportiva della Scuola federale di ginnastica e sport Macolin
<b>Herausgeber:</b>	Scuola federale di ginnastica e sport Macolin
<b>Band:</b>	33 (1976)
<b>Heft:</b>	11
<b>Rubrik:</b>	Osservatorio

### Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften auf E-Periodica. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen sowie auf Social Media-Kanälen oder Webseiten ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. [Mehr erfahren](#)

### Conditions d'utilisation

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. La reproduction d'images dans des publications imprimées ou en ligne ainsi que sur des canaux de médias sociaux ou des sites web n'est autorisée qu'avec l'accord préalable des détenteurs des droits. [En savoir plus](#)

### Terms of use

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. Publishing images in print and online publications, as well as on social media channels or websites, is only permitted with the prior consent of the rights holders. [Find out more](#)

**Download PDF:** 21.02.2026

**ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, <https://www.e-periodica.ch>**

### Mercato invernale

La guerra del materiale non è fenomeno, nella stagione invernale, che caratterizza solo il circo bianco. Ci sono evidenti nessi con la vendita al grande pubblico. Cosicché, non appena archiviata la stagione estiva, ecco scattare da più parti l'operazione chiamata dai tecnici del ramo «conquista di mercato». Con lusinghe e montagne di policromi dépliants, con le medaglie conquistate dai professionisti (camuffati o meno) dello sci e una martellante pubblicità, ecco gli operatori commerciali partire all'assalto della presumibile e potenziale clientela. Obiettivo: guardaroba nuovo ogni anno per lo sciatore! Certo che, nonostante il consumismo, non è alla portata di tutte le borse. Ma c'è sempre chi pavoneggia, all'après-ski, le ultime novità d'equipaggiamento invernale.

Il mercato è saturo e i fabbricanti si arrabbianno alla ricerca di quel qualcosa in più per conquistare il cliente. Negli sci la tendenza di quest'anno è chiara: si chiama Free Styling od Hot Dog oppure anche sci acrobatico. Dicono che questa specialità faccia sentire più libero lo sciatore, gli tolga certi complessi. Per raggiungere queste sensazioni dovrà dunque quest'anno comprare sci più corti, decorati in modo sgargiante, e dimenticare certe fondamentali dello sciare «normale».

Stasi, almeno apparente, nel campo degli indumenti dove spiccano i comodi e caldi completi da sci e le guaine da km1.

La saturazione nel settore degli scarponi da sci è stata confermata nel corso di una conferenza stampa da Werner von Arx, direttore dell'unica fabbrica svizzera ancora produttiva in questo campo. Ha detto fra l'altro: «Nella produzione di scarponi da sci, nel giro di pochi anni, si è verificata una svolta decisiva. La plastica ha conquistato il mercato obbligando le fabbriche a investire grosse somme nella ricerca specifica e ad acquistare nuovi macchinari e utensili. Questa precipitosa evoluzione ha reso inevitabile, accanto a grandi successi, anche qualche passo falso (l'accanita concorrenza e le grosse somme investite hanno obbligato la Rosemount, la Head, K2 e la Olin a chiudere il capitolo della produzione di scarponi da sci dopo aver subito perdite di milioni).

Da due o tre anni il mercato degli scarponi da sci ha raggiunto una certa saturazione. La sovrapproduzione esistente nel settore influisce negativamente sul mercato e sui prezzi.



Per chi, come produttore, non ha nulla di speciale da offrire per quanto riguarda qualità, novità e prezzo, la situazione comporta seri pericoli». Parole di un produttore ben cosciente che anche il consumatore è diventato più critico, quindi che compra un articolo che vale il suo prezzo.

Rimasta tutta sola nel settore, la fabbrica di Kreuzlingen fa tutto suo lo slogan «Precedenza alla scarpa svizzera». Con questa leva sull'orgoglio tecnologico elvetico e con alcune novità (meglio sarebbe dire perfezionamenti) lo scarpone rossocrociato è stato lanciato alla conquista di una fetta del mercato mondiale che assorbe (previsioni di vendita 1976) 4 milioni di paia di calzature da sci.

La fabbrica svizzera presenta, come detto, alcuni miglioramenti. Le fibbie permettono una regolazione millimetrica di precisione — 2 mm di distanza tra i denti anziché 6 mm, 22 possibilità di regolazione anziché 4 o 5, leve in plastica e non più in metallo. L'inclinazione in avanti è regolabile: la posizione del gambaletto può essere variata con una semplice operazione manuale. Una novità nel campo della sicurezza: una suola antisdrucchio con speciali inserti di gomma Vibram.

Per quanto riguarda i bastoni da sci niente paura: si possono usare quelli dello scorso anno poiché quelli della stagione 1976/77 non si sono né raccorciati né allungati.

(ada)

