



www.impreselavoro.com



Home Impresa Lavoro Commercio Milano Lombardia Agroalimentare Università Sanità

Home > Lavoro > Olimpiadi, Assosport: "Potenziale +10% di ricavi in 2026"

Lavoro

Olimpiadi, Assosport: "Potenziale +10% di ricavi in 2026"

25/06/2019

[Condividi su Facebook](#) [Tweet su Twitter](#) [G+](#) [P](#)

Olimpiadi

Olimpiadi, Assosport: "Potenziale +10% di ricavi in 2026"

Milano – Le Olimpiadi invernali del 2026 che l'Italia si è aggiudicata ieri con il tandem Milano-Cortina potrà valere, nell'anno dei giochi, un +10% per il fatturato dell'industria dello sport italiana. A stimarlo è Federico De Ponti, amministratore delegato di Boxeur Des Rues e presidente di Assosport, in occasione dell'assemblea dell'associazione. Il fatturato della industria dello sport in Italia ha superato gli 8 miliardi di euro, con 911 operatori e 22.369 addetti. Il risultato è dovuto per il 55% all'abbigliamento, per il 27% al settore articoli sportivi, e per il restante 18% alle calzature; un dato in crescita, una tendenza confermata anche dai numeri più recenti a disposizione, che vedono la produttività in aumento del 3,4%, sia nel 2018 che nelle previsioni per il 2019. A sostenere l'attività delle aziende è anche l'export, che rappresenta una quota sempre maggiore del fatturato, "oltre l'82% nel comparto della calzatura sportiva". Il mercato dell'articolo sportivo in Italia vale circa 9,3 miliardi di euro, sostanzialmente stabile rispetto al 2017. Uno degli obiettivi di Assosport per rafforzare il mercato interno è promuovere la pratica sportiva "dal basso", stimolando direttamente gli utenti. Le Olimpiadi di Milano-Cortina, ha continuato De Ponti, saranno "un volano importante per portare tante nuove persone alla pratica sportiva, con un ritorno significativo sulle vendite di attrezzatura. Possiamo stimare fino a un 10% del fatturato nell'anno olimpico e ricadute positive anche per l'occupazione. A dipingere lo scenario per i prossimi anni è stata Erika Andreetta, partner di PwC Italia che si occupa dei 'consumer markets'. Secondo un'indagine della società condotta sulle abitudini d'acquisto di oltre 21.000 consumatori in 27 paesi, emerge che negli ultimi 7 anni gli store fisici e il mobile sono i trend principali. Quasi 1 su 2 i consumatori che scelgono gli store fisici per lo shopping settimanale e quotidiano (+ 7% vs 2013) e il 24% quelli che preferiscono il mobile (+18% vs 2013). Negli ultimi 12 mesi circa il 75% dei consumatori nel mondo ha acquistato online abbigliamento e calzature e il 45% attrezzature sportive. "L'attività fisica in Italia è sempre più uno stile di vita, che si riflette anche nella cura per l'abbigliamento sportivo. Molti retailer cercano di competere trovando il giusto compromesso tra presenza fisica e digitale. Il consumatore del futuro compra in negozio, pertanto l'obiettivo dei retailer è rendere l'esperienza accattivante attraverso fattori sensoriali e sociali che invogliano le persone ad acquistare", ha spiegato Andreetta. A crescere anche il fenomeno dello "sharing", con il 30% di consumatori disponibili a condividere l'attrezzatura sportiva outdoor, terza categoria dopo auto e altri mezzi di trasporto. Per i consumatori italiani i dati sono ancora più marcati: il 48% e 45% rispettivamente sono disposti a noleggiare o condividere automobili e altri mezzi di trasporto, e il 40% l'equipaggiamento da sport.