



Milano Finanza
MF Fashion – pagina II

Scenari

Lo sportswear tricolore tifa per le Olimpiadi a Cortina

Assosport: «I grandi eventi rilanciano i consumi interni». Dopo la fiera Ispo (-5%) l'Italia aspetta i Mondiali 2021. **Andrea Guolo (Monaco di Baviera)**

A Ispo Munich la neve è sempre la benvenuta, trattandosi della principale fiera mondiale per lo sportswear e le attrezzature da discipline sportive invernali, ma questa volta la bufera che tra sabato e domenica ha colpito Monaco di Baviera è stata controproducente. Tra voli cancellati e valichi impraticabili (vedi Brennero), l'affluenza nei primi due giorni, domenica 3 e lunedì 4 febbraio, è diminuita e i dati comunicati dall'organizzazione evidenziano il calo, con circa 80 mila visitatori (-5%) nei quattro giorni contro gli 84 mila dell'edizione 2018. Ciononostante, in un paesaggio da notte di Natale, il comparto ha dato un ulteriore segnale di vitalità con più di 2.800 aziende presenti all'evento, tra i quali spiccava la presenza di duecento produttori italiani sempre più vocati all'export, a fronte di una situazione stagnante per i consumi interni. **Assosport**, associazione che riunisce 130 aziende e 350 marchi specializzati nel comparto degli articoli sportivi per un

fatturato aggregato di 4,5 miliardi di euro nel 2017, ha indicato un aumento del 6% per quantità vendute nella stagione 2017/18, chiusa con oltre 545 mila pezzi tra sci, scarponi e attacchi. Negli ultimi otto anni, ha precisato l'associazione

del 2021, ma ora le attese sono rivolte alla decisione che il Cio prenderà a giugno in merito alla candidatura italiana per le Olimpiadi del 2026, sostenuta da tutto il sistema imprenditoriale sportivo perché, ha evidenziato Assosport, gli

eventi internazionali generano ricchezza a lungo termine con una crescita delle vendite stimata nell'ordine del 10% per i 3 anni successivi alle manifestazioni. «L'Italia è il secondo paese europeo dopo la Francia per numero di impianti e il quarto a livello mondiale ma, nonostante le numerose strutture, abbiamo 27 milioni di accessi giornalieri agli impianti all'anno, contro i 54 milioni della Francia e i quasi 52 milioni dell'Austria», ha affermato il presidente di Assosport,

Federico De Ponti. Un aumento delle presenze turistiche, nelle località alpine, potrebbe contribuire al rilancio dei consumi interni, condizionati quest'anno in parte dalla crisi e in parte dal clima troppo caldo di inizio stagione. (riproduzione riservata)



Un momento del salone Ispo a Monaco di Baviera

confindustriale, l'export di articoli sportivi è cresciuto a un ritmo doppio rispetto alla media nazionale. Un contributo importante per i consumi domestici potrebbe arrivare dall'asse Milano-Cortina. La perla delle Dolomiti ha già ottenuto l'organizzazione dei Mondiali di sci