



19 agosto 2023

Il Sole 24 ore (anche online)

Imprese & Territori – pagina 10

L'intervista. Anna Ferrino

Ad Ferrino e presidente di Assosport

Ferrino in crescita del 10%, gli italiani tornano in tenda



Anna Ferrino:
«La pandemia ha cambiato le abitudini degli italiani, nello sport e nelle vacanze»

La pandemia ha cambiato in maniera radicale le abitudini degli italiani, nello sport e nelle vacanze, facendo aumentare il peso delle attività outdoor. «Finalmente l'Italia – racconta Anna Ferrino, presidente di Assosport e amministratore delegato della storica azienda piemontese produttrice di tende da campeggio e da montagna – si sta allineando a grandi trend già consolidati in altri paesi del Centro e del Nord Europa». La scelta di vivere tempo libero e attività sportive all'aria aperta ha spinto in crescita i ricavi dell'azienda che nel 2023 registra un aumento del fatturato del 10%, a quota 26 milioni di euro.

Campeggio, montagna, trekking, bicicletta stanno vivendo un momento di grande espansione come dimostrano anche i dati di Assosport, l'associazione delle imprese produttrici di attrezzature sportive, con 13 miliardi di fatturato e un export in forte crescita. «Chi sceglie l'outdoor, soprattutto tra i più giovani, fa diverse attività sportive – aggiunge Ferrino – e questa evoluzione mette in primo piano la tecnologia e la qualità di attrezzature e materiali». In primo piano dunque le attività di ricerca e sviluppo che Ferrino porta avanti con il Politecnico di Torino e l'Università di Bologna, oltre che con start up e enti come Forze Armate e Protezione civile, di cui l'azienda è una storica fornitrice.

Ne è un esempio il progetto realizzato dal team R&D Ferrino con il Comfort Lab di Città Studi Biella e lo Sport Technology Lab dell'Università di Bologna per lo sviluppo di una nuova tecnologia destinata a migliorare comfort ed ergonomia degli zaini da hiking – variante del trekking – con spallacci realizzati in materiale auxetico, altamente traspirante per il quale è stato depositata una domanda di brevetto.

Alla grande attenzione verso le attività legate al campeggio tra turisti e viaggiatori si affianca una trasformazione del comparto, sulla spinta delle esigenze soprattutto dei viaggiatori più giovani. «I ragazzi vivono molto la dimensione dell'on the road rispetto agli anni Duemila, con però grandi limiti sulla fruibilità degli spazi all'aria aperta e nella natura. Il campeggio libero è abbastanza ostacolato e credo che

l'Europa intera debba fare una riflessione perché i nuovi trend del campeggio puntano su una esperienza immersiva nella natura». Servirebbero aree riservate, parchi e formule nuove, suggerisce Ferrino, «perché in questo momento l'Italia rischia di perdere delle occasioni e di non poter accogliere questa fascia di viaggiatori che cerca una esperienza totalizzante ed immersiva, ispirata da valori di sostenibilità». L'azienda storica vanta un fatturato per metà realizzato sui mercati esteri, una quota del 30% in capo al settore dei prodotti destinati alla Protezione civile e una presenza consolidata, oltreconfine, proprio nel comparto delle tende destinate al campeggio.

— **Filomena Greco**

© RIPRODUZIONE RISERVATA