



Il Giornale di Vicenza
30 giugno 2017
pag 23

IL CONVEGNO. Ieri sera l'incontro di Assosport alla Fiera di Vicenza per fare il punto sul sistema

Lo sport punta ai mercati esteri e alza barricate contro i "fake"

Il presidente Businaro: «Tutelare le ditte dalla concorrenza illegale»

Sara Marangon

Il settore dello sportssystem non solo è in miglioramento, ma punta ai mercati internazionali. E questa l'analisi emersa durante l'assemblea di Assosport di ieri in Fiera a Vicenza.

L'evento era intitolato "Sport: un business oltre i confini", con lo special guest Vittorio Brumotti, noto personaggio televisivo e campione di bike trial italiano, arrivato in sala in sella alla sua bici. A parlare per la società fieristica leg. di cui l'Associazione italiana dei produttori di articoli sportivi è partner, è stato il vice presidente esecutivo **Matteo Marzotto**: «leg promuove 10 manifestazioni "active" capaci di generare 700 mila presenze

l'anno e un fatturato di circa 8 milioni di euro. In tal senso s'inserisce "Move!", il nuovo evento dedicato al fitness e allo sport che andrà in scena a Vicenza il prossimo ottobre. Si tratta dell'ideale estensione di "RiminiWellness" visto che gli oltre 3,6 milioni di veneti che praticano sport pongono la nostra regione al terzo posto nella classifica di quelle più in forma d'Italia». All'assemblea, aperta dal presidente Luca Businaro, sono intervenuti la deputata Daniela Sbroliini, l'assessore regionale all'istruzione Elena Donazzan, l'assessore comunale allo sport Umberto Nicolai, il presidente del Coni Veneto Gianfranco Bardelle ed il colonnello dell'Esercito italiano Remo Del Favero.

«Monitorare tutto il siste-

ma è complesso, ma il consumatore ha gli strumenti per verificare l'autenticità del prodotto. Come associazione confindustriale ci stiamo impegnando per chiedere una tutela per le nostre aziende contro la competizione illegale». Con la moderazione del direttore di Class Cnbc, Andrea Cabrini, sono intervenuti Giovanni Ajassa, direttore dei servizi studi Bnl, Marco Nazzari, di Emea Nielsen sports ed il blogger-influencer Rudy Bandiera che ha spiegato al pubblico perché le aziende devono stare online e perché invece ci stanno le persone.

Ad approfondire il perché l'80 per cento delle realtà imprenditoriali stia investendo nel digitale, è stato Giovanni Vaia, direttore del Digital en-

terprise lab. Dopo di lui è intervenuto Matteo Pastore di Mgp sport consulting. «Tutti i marchi del gruppo Dainese inseguono la mission safety - dichiara il Ceo Cristiano Silei - cercando di trovare le soluzioni migliori per rispondere alle esigenze del corpo umano in condizioni estreme». «Una delle "partite" più importanti si gioca nella distribuzione. La scelta di investire sui negozi monomarca è stata giusta - ha detto Gianluca Pavanello, ad di Macron, partner dell'Italia rugby -. Oggi abbiamo 115 negozi in più di 20 Paesi». «Sport e innovazione sono i due volti di Diadora - afferma il presidente Enrico Moretti Polegato -. Solo spingendosi oltre i propri limiti si riescono a fissare nuove sfide da vincere». ●

© ASSOCIATION OF SPORTS PRODUCERS



Grande partecipazione al convegno organizzato ieri sera da Assosport alla Fiera di Vicenza. FOTO MARANGON

Lacifra

7

**LE MIGLIAIA DI FALSI
ON LINE FATTI RIMUOVERE**
Sono gli articoli falsi online
fatti rimuovere dal 2016 da
Dainese per tutelarsi.

