12 novembre 2020
Il Sole 24 Ore
Economia & Imprese – pagina 14

Articoli sportivi, nel 2020 persi 2,28 miliardi di ricavi

RAPPORTO ASSOSPORT

Attesi 10,41 miliardi di fatturato (-18%) Anna Ferrino presidente

Marcello Frisone

Iniziano ad arrivare. A causa del primo lockdown, le stime delle perdite di fine anno delle aziende dell'industria sportiva italiana saranno vicine ai 2 miliardi e 278 milioni di euro (-18% rispetto al fatturato 2019 di 12 miliardi e 690 milioni). Ma nel caso di una nuova chiusura nazionale la perdita potrebbe superare i 3 miliardi (-25%). È questo il range di numeri elaborato da Cerved per Assosport, che proprio ieri ha eletto il suo nuovo presidente, Anna Ferrino (ad di Ferrino & C. e vice presidente di Confindustria Torino), la quale prende il posto di Federico De Ponti (Ceo di Boxeur Des Rues).

Le stime per il 2020 e 2021

Gli effetti del Covid-19 sull'intera filiera manifatturiera dello sport (tutte le aziende produttrici di abbigliamento, calzature e articoli sportivi in Italia) stimano dunque per il 2020 un fatturato che oscilla da 10 miliardi e 412 milioni (migliore delle ipotesi) a 9 miliardi e 508 milioni (la peggiore).

E il calcolo sul fatturato è stato fatto da Cerved anche per il 2021, anche qui affidandosi a un range: nella migliore delle ipotesi il prossimo anno farà incassare 1 miliardo e 238 milioni di euro in più sul 2020 (quindi fatturato 2021 a 11 miliardi e 651 milioni), mentre nella peggiore, poco più di 1 miliardo. Insomma, anche qui a dettare le condizioni è sempre il Covid-19.

Il mantra del digitale

La trasformazione digitale è ormai un mantra ripetuto su tutti i settori, da quello pubblico a quello privato, anche nel mondo quindi degli imprenditori dello sport. Sempre ieri, infatti, è stata presentata una ricerca elaborata da Digital Enterprise Lab dell'Università Ca' Foscari di Venezia sull'attuale grado di maturità digitale delle aziende che operano nel mondo dello sport e le conseguenze sul business. «Del campione analizzato - sintetizza Giovanni Vaia, direttore dell'Osservatorio - il 66% sta affrontando un percorso di trasformazione digitale in azienda e un altro 16% lo ha pianificato. Nel 53% dei casi l'investimento si aggira tra il 2 e il 5% del fatturato aziendale. Gli investimenti hanno interessato per lo più canali di distribuzione online, e-commerce e marketing digitale e nel prossimo futuro coinvolgeranno direttamente il processo produttivo, dalla logistica alla trasformazione dei prodotti mediante l'utilizzo di servizi digitali, passando per la digitalizzazione della produzione. Proprio grazie a questa nuova struttura che le aziende – continua Vaia – sono riuscite a frenare l'onda d'urto della pandemia. Per il 53% degli intervistati, rispetto agli obiettivi di fatturato di inizio anno, il business è calato tra l'1 e il 20%, mentre per il 17% è rimasto invariato o addirittura aumentato».

I numeri della sport industry

Gli scenari previsti da Assosport
Dati in milioni di euro

	FATTURATO	VAR. % SU ANNO PREC.
2019	12.690	
2020 SOFT	10.412	-18%
2020 HARD	9.508	-25%
2021 SOFT	11.651	+12%
2021 HARD	10.597	+11%

Fonte: elaborazioni Cerved

Investire anche sulle persone

«La trasformazione digitale - avverte Davide Dattoli, Ceo e cofounder di Talent Garden - è parte sostanziale di un mutamento epocale che le imprese stanno affrontando e un elemento sul quale investire. Ma ancora più necessario è investire non soltanto su strumenti e processi, ma sulle persone. Sono loro a essere il vero cardine di questa trasformazione».

Per agganciare la ripresa, dunque, gli imprenditori dovranno seguire il faro della trasformazione digitale. Ne è convinta anche la neo presidente Anna Ferrino, la quale garantisce «agli imprenditori tutto il supporto necessario per cavalcare l'onda di questa rivoluzione copernicana».

© RIPRODUZIONE RISERVATA