23 novembre 2020
Corriere della Sera
L'Economia del Nord Ovest – pagina III

L'INCHIESTA

Zaini con l'airbag, tornelli attivati dal bluetooth, caschi intelligenti, lana merino anti-pioggia
In attesa del via libera allo sci del Cts, lo sport tech in Piemonte viaggia spedito
Per rilanciare con le nuove tecnologie un settore che vale più di 5 miliardo di euro

Rivoluzione digitale ad alta quota
L'Ict mette gli **scarponi**

L'apertura degli impianti sciistici è appesa a un colore. Se il Piemonte rimane zona rossa, skylift e seggiovie rimarranno ancora ferme; se dovesse diventare zona arancione, si aprirebbero spiragli per le discese libere. Come prevede la bozza del documento sugli impianti sciistici, in attesa di essere sottoposta a Governo e Comitato tecnico scientifico, nelle regioni arancioni, funivie e cabinovie potranno ripartire con una capienza limitata del 50 per cento. «Siamo al lavoro per ripartire, a fine dicembre o a inizio gennaio, in sicurezza. Lo sci è uno sport a bassissimo rischio di contagio, come dice anche lo studio del Politecnico di Torino», dice Giampiero Orleoni, presidente di Arpiet, associazione degli impianti trasporto fune piemontesi. La stagione invernale è dunque ancora ferma con le quattro frecce accese così come il miliardo di euro di indotto che sci e dintorni portano nelle nostre montagne, dove si stima che ogni ticket venduto aiuta le casse di bar, ristoranti, autostrade, maestri di sci, noleggi, per un rapporto di 1 a 10.

Lo slalom delle imprese

La pandemia che ha tirato un segno meno su fatturati, guadagni e soprattutto sulla fiducia, non ha fatto fare un passo indietro alle aziende piemontesi che si occupano di sport invernali e di tecnologia. Tra i nuovi prodotti, c'è lo zaino con l'airbag che si ricarica come un cellulare, (prodotto dalla Ferrino) e Cerebellum, il casco intelligente che mette in guardia dalle curve e dalle situazioni pericolose progettato da Briko, il marchio di Basicnet, le funivie smart griffate Pininfarina per Leitner, la lana anti-pioggia del gruppo Reda, le tute da sci hitech per la nazionale di Kappa, quelle per gli sci club di Hey Sport, e l'abbigliamento tecnico prodotto a Biella da Stamperia Alicese per conto delle multinazionali di settore. «Negli anni 80 la filiera ha perso competitività a causa dei prezzi aggressivi aggressivo dei retailer. Oggi grazie alle nuove tecnologie e alla spinta digitale si stanno affermando nuovi brand. E ritornano le produzioni», spiega Anna Ferrino, neopresidente di Assosport e titolare dell'azienda di famiglia di articoli sportivi per la montagna. Accessori, tute, abbigliamento intimo: mentre gli sciatori sono fermi in attesa di neve fresca, qualcuno sta lavorando per loro. «Stiamo lavorando al primo sistema di caschi intelligenti — spiega Lorenzo Boglione — vice presidente di Basicnet sales che segue in prima persona il marchio briko si chiama Cerebellum e garantisce sicurezza a chi lo usa segnalando curve o situazioni pericolose.

Tessile in risalita

Cambiano, in meglio, anche le tute da sci. «Nonostante l'annata, stiamo portando avanti il progetto B2C, per fare arrivare i nostri prodotti direttamente al consumatore ufficiale», spiega Ilaria Canova, amministratrice delegata di Hey Sport, il marchio made in Frossasco che veste i maestri di sci di buona parte d'Italia. L'idea di Hey è quella di creare da zero un modello ad hoc, unendo l'esigenza funzionale allo stile e alla personalizzazione delle singole tute. «L'idea è quella di migliorare continuamente la qualità dei materiali e delle tecnologie». L'abito non solo fa il monaco, ma aiuta nelle performance. Anche la disposizione delle tasche o lo spessore dell'imbottitura possono fare la differenza. Invece di aspettare tempi migliori e di mettersi in stand by, Canova e i suoi colleghi, oltre al lancio della nuova collezione, hanno deciso di sviluppare due siti di commerce per permettere a tutti di acquistare i loro prodotti online. Si tratta di alta sartoria, la ricerca ha un costo, i materiali utilizzati anche. Nell'epoca di Decathlon, del fast shopping, del prendi tre e paghi due, ha ancora senso concentrarsi sulle edizioni limitate e la ricerca dei dettagli? «Certo che sì», risponde Canova. «È proprio in questi momenti che non bisogna scendere a compromessi sulla qualità. Senza dimenticarci che la nostra ricerca si concentra sempre di più sulla sostenibilità ambientale».

Lana impermeabile

Il ceo di Rewoolution Luca Martines la pensa allo stesso modo. L'azienda di abbigliamento termico, tecnico e sportivo del gruppo Reda, con sede nella Valdilana, per i propri prodotti utilizza soltanto lana etica. In sostanza: gli animali, provenienti da un consorzio di produttori neozelandesi, vivono all'aria aperta e vengono trattati nel pieno rispetto delle regole, gli allevatori si impegnano a rispettare un programma di preservazione della biodiversità e firmano dei contratti a medio e lungo termine che garantisce a tutti stabilità economica. La sostenibilità ambientale ha un prezzo, così come la ricerca costante di nuove tecnologie per rendere più confortevole una corsa all'aria aperta nei mesi invernali. «La lana si lava meno frequentemente degli altri tessuti, anche questo aiuta l'ambiente», dice Martines. Rewoolution si avvale di un dipartimento di ricerca e di sviluppo formato da ingegneri che studiano i tessuti per migliorare le performance sportive di tutti. «Tra le novità di questa stagione che non è affatto da dimenticare, c'è Dalur, una giacca in tessuto Merino Techno Twill Membrane che rende impermeabile anche la lana.

Il digitale anti-virus

Ma come faremo ad evitare assembramenti? La risposta arriva ancora dal Piemonte, dagli uffici della startup Blueticketing, che manderà definitivamente in pensione i novecenteschi abbonamenti cartacei. Scaricando un'applicazione sul proprio cellulare si potranno fare gli abbonamenti digitali. «Abbiamo brevettato un hardware che, grazie al bluetooth, è in grado di aprire i tornelli quando gli abbonati si avvicinano» dice Davide Barberis, «Questo deve essere l'anno zero, con i primi prototipi in Francia e in Italia». Certo è che con un'applicazione del genere, il telepass delle funivie, permetterebbe di evitare code e assembramenti, trasformando le nostre montagne in zone verdi, altroché arancioni.

Giorgia Mecca

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Design in vetta Gli impianti trifune più lunghi delle Alpi sono frutto di tecnologia made in Italy, che nasce dall'alleanza tra Pininfarina e Leitner di Vipiteno. Nella foto la cabinovia del ghiacciaio Stubai in Austria

Anna Ferrino
Assosport
La filiera del tessile sportivo ha cambiato passo Stanno nascendo nuovi brand nel segno delle nuove tecnologie

Luca Martines
Rewoolution
Gruppo Reda
Innovare significa valorizzare gli antichi saperi. Così la nostra lana è diventata anti pioggia

Lorenzo Boglione
Basicnet sales
Stiamo lavorando a un sistema di caschi intelligenti. Il software anticipa le curve pericolose, e segnala se si sono verificati incidenti

Ilaria Canova
Heysport
Realizziamo tute da neve innovative per sci club e maestri Quest'anno lanciamo due siti di ecommerce per la vendita diretta agli atleti

Davide Barberis
Blueticketing
Abbiamo brevettato una soluzione hardware che fa aprire i tornelli con il bluetooth

Social e online
Tutte le news e le storie sull'economia del Nord-Ovest sono anche sul profilo Linkedin del Corriere Torino e sul nostro sito. Seguici!