



27 maggio 2021
La Voce
Sport – pagina 17

Da Sagan a Berrettini, i campioni puntano sull'industria italiana

In Italia va in scena il grande sport e per le aziende dell'industria sportiva italiana è tempo di dimostrare al mondo di cosa sono capaci. Dalla Corsa Rosa agli Internazionali di Tennis a Roma: "L'innovazione e le performance tecniche che caratterizzano i capi d'abbigliamento, gli attrezzi e le calzature realizzati dalle nostre imprese - commenta con orgoglio la presidente di Assosport Anna Ferrino - coronano sulle gambe dei campioni, testimoni d'eccellenza dei risultati ottenuti finora dal comparto sul fronte della ricerca e della sostenibilità. Fieri di partecipare da protagonisti a spettacoli di richiamo mondiale, che mostrano il volto migliore del nostro Paese e le straordinarie potenzialità del suo tessuto produttivo. Appuntamenti che in prima battuta - riflette la presidente Ferrino - richiamano l'attenzione di appassionati di tennis e bici di lungo corso, ma che in prospettiva hanno il potere di avvicinare a queste discipline anche sportivi alle prime armi, affascinati dalle vittorie degli atleti. Due settori, quello del tennis e del ciclo, che sembrano risentire meno di altri del particolare periodo storico. L'augurio - aggiunge - è che ripartano presto anche comparti duramente colpiti dalla pandemia come ad esempio quello del fitness e delle piscine, che pagano lo scotto del lungo stop imposto agli impianti". Ecco alcune

testimonianze di aziende associate Assosport rappresentative dei settori produttivi tennis e ciclo, in prima fila nei due grandi eventi sportivi di maggio. Con la voce degli imprenditori, il punto sullo stato di salute dei due comparti, con un occhio anche al prossimo futuro.

Alessio Cremonese, amministratore delegato del gruppo Manifattura Valcisman - Sportful Castelli: "Risposta al desiderio di stare all'aria aperta e mezzo che reiventata la mobilità, la bicicletta sta vivendo un buon momento. Il mercato ha reagito positivamente ai mesi di lockdown e alla riapertura è letteralmente esplosa, anche sulla spinta di due tendenze nuove come e-bike e gravel-bike, tanto che la doman-

da di abbigliamento e calzature è arrivata anche a superare la capacità produttiva, fiaccata dalla chiusura delle aziende a inizio pandemia. Oggi c'è una

grande fibrillazione attorno al settore e un evento come il Giro d'Italia rappresenta la ciliegina sulla torta ed è per noi una vetrina unica: con le nostre maglie vestiamo i corridori dei due team professionisti Ineos Grenadiers (tra cui Filippo Ganna) e Bora-Hansgrohe (con il ciclista Peter Sagan). Dall'Italia a Tokyo: alle prossime Olimpiadi vestiremo nuovamente la Federazione Ciclistica Italiana". Andrea Tomat, Presidente di Lotto Sport Italia: "Da diversi anni, l'attenzione sul tennis è alimentata da un qualificato calendario di competizioni internazionali che si succedono durante tutto l'arco dell'anno in moltissimi Paesi e i cui tabelloni presentano le migliori tenniste e i migliori tennisti del momento. Se poi, a queste competizioni - ed è il caso degli Internazionali di Tennis di Roma - partecipano giovani fenomeni nazionali, allora la popolarità aumenta in modo esponenziale e l'effetto sull'interesse di appassionati e consumatori è sensazionale. Uno su tutti, Matteo Berrettini, che abbiamo avuto il piacere di sostenere come sponsor durante il torneo al

Foro Italico e che ci rappresenta in tutti i principali tornei nel mondo". Cristiano Barbazza, numero uno dell'azienda Rudy Project: "Per noi non c'è niente di meglio che perfezionare i nostri prodotti tarandoli su esperienze e necessità degli atleti. Vedere correre sulle strade del Giro il team Bahrain Victorious con caschi e occhiali Rudy Project è sempre una grande emozione. I prodotti indossati dal team rappresentano la punta di diamante della tecnologia, come nel caso del casco da cronometro. E proprio al Giro, con la drammatica caduta di Matej Mohoric abbiamo avuto riprova di quanto siano fondamentali i nostri caschi per la sicurezza di atleti e amatori. Sempre più numerosi, questi ultimi, anche a causa della pandemia. Tutti gli sport all'aria aperta sono cresciuti negli ultimi mesi. Siamo fiduciosi che non si tratti di una tendenza passeggera: la domanda è destinata a rimanere alta a lungo, perché quando ti innamorati di uno sport difficilmente lo abbandoni". Lorenzo Maioli, amministratore delegato di Australian: "Con i nostri capi di abbigliamento altamente performanti e di fattura italiana siamo sponsor tecnico degli Internazionali BNL d'Italia fin dal 2013. Torneo tra i più importanti al mondo, è un evento che dà lustro allo sport italiano e che mette in mostra una delle cornici più belle in cui giocare. Un onore essere stati tra i protagonisti anche quest'anno".

