Settembre - Ottobre 2020
Happy Aquatics
Pagine 32-38

Marco Tornatore
redazione@euroaquatic.it

AQUAPOOL

INTERVISTA

9'

IMPRESE: LE ASSOCIAZIONI DI CATEGORIA

La crisi affrontata ed interpretata da chi rappresenta le aziende del comparto sport-wellness-piscina dando sostegno alle imprese e a tutto il settore, inclusi centri sportivi, operatori e consumatori

Dopo la presentazione di aggregazioni rappresentative delle categorie operanti nel mondo dello sport praticato, meritano attenzione le associazioni che raccolgono le imprese decisive per forniture, servizi, progettazione e costruzione di impianti, affiancate dalla neocostituita **FitComm** in rappresentanza delle grandi catene del fitness, le quali si configurano come società di capitali, fatto piuttosto inedito nel sistema Italia. Quale futuro per aziende vitali per l'economia e per le società sportive, società che gestiscono o sono proprietarie di impianti, e per chi vive lo sport attivamente a qualsiasi livello? In queste associazioni confluiscono le imprese di riferimento di tutta la filiera, con consapevolezze proprie di chi ha solidità organizzativa e storica o ineguagliabile slancio innovativo, tali da distinguersi per stabilità e capacità di interpretare al meglio bisogni e attese degli associati. **Associazione AcquaNET**, guidata da **Rossana Prola**, **FitComm**, con **Francesco Iezzoni** neoeletto presidente, **Assosport**, con la sua figura più rappresentativa e storica, **Manuela Viel**, direttore generale, oltre ad **Assofitness**, branca di Assosport presieduta da **Luca Bettini**, la quale raccoglie imprese il cui focus è soprattutto sui centri sportivi. Uno spazio merita anche ANIF, che associa centri sportivi e che quest'anno ha creato una sezione dedicata alle imprese che confluiscono in **ANIF Sport Pool**, in sinergia con fitness club, piscine e campi sportivi.

PROFESSIONE ACQUANET ASSOCIAZIONE PISCINE

AcquaNET: rappresenta le imprese di costruzione di piscine, costruzione e commercio di componenti e accessori per piscine, gestori di piscine; nr soci 198; anno fondazione 2012;
Rossana Prola - RP presidente dal 2012; www.acquanetpiscine.it

fitcomm

FitComm: rappresenta le più grandi catene e imprese di fitness nazionali; nr soci 05 in rappresentanza di 130 club e 500.000 iscritti; anno fondazione 2020;
Francesco Iezzoni - FI presidente dal 11 giugno '20

ASSOSPORT ASSOCIAZIONE NAZIONALE FRA I PRODUTTORI DI ARTICOLI SPORTIVI

Assosport: rappresenta la sportindustry italiana, ovvero le imprese che producono abbigliamento, calzatura, attrezzatura sportiva; nr soci 130; anno fondazione 1958;
Manuela Viel - MV direttore generale dal 2003; www.assosport.it

Assofitness: è parte di Assosport e rappresenta una ventina di imprese del comparto fitness;
Luca Bettini - LB presidente dal 2016

ANIF

ANIF (Associazione Nazionale Impianti per lo Sport e il Fitness, Piscine e Campi) - Sport Pool: in rappresentanza delle aziende dal 2020;
Gianfranco Mazzia - GM Direttore di ANIF dal 2003

Come la vostra categoria ha vissuto il periodo del lockdown e come sta affrontando e gestendo il presente con un occhio alla stagione 2020/21?

RP La categoria dei **costruttori di piscina**, che rappresenta la maggioranza dei nostri associati, ha potuto continuare ad **operare attraverso il codice ATECO delle attività idrauliche**. Questo grazie principalmente alla massiccia azione di informazione e di appoggio fatta dalla nostra associazione negli anni passati per portare le piccole aziende ad acquisire l'abilitazione come impiantisti idraulici. Le **aziende distributrici di**

> "Abbiamo iniziato una importante opera di sensibilizzazione delle istituzioni sul tema delle piscine
>
> Rossana Prola

© DIRITTI RISERVATI

ideeuropee
communication in action

Gianfranco Mazzia, Direttore di ANIF mentre viene intervistato

prodotti, dopo una fase limitata di chiusura, hanno **ripreso l'attività**. Certo è stata ed è dura per tutti, ma **il comparto al momento non è in sofferenza**, anche a causa del **boom di richieste di piscine residenziali**, dovuto alla difficoltà e al timore degli spostamenti.

MV Nel complesso abbiamo vissuto la fase del **lockdown con grande positività**, puntando a dare **sostegno a tutte le aziende associate** in merito a situazioni non sempre di facile interpretazione (codici ATECO, accesso al credito etc) e agevolando il percorso di ogni impresa per ottenere i benefit che i vari decreti prevedevano, oltre ad **affiancarle per interpretare norme e regole** in una fase molto confusa. Assosport ha dato **una spinta particolare alla conversione delle linee produttive di diverse imprese** anche di grandi dimensioni, aiutandole ad avviare la produzione di dispositivi sanitari: circa il 20% degli associati del settore tessile hanno agito in tale direzione e noi abbiamo contribuito a questa conversione sia in Italia che nelle sedi di produzione in Asia.

FI Per ciò che riguarda il lockdown, nel nostro settore credo ci siano state almeno **due fasi differenti**: nella prima, gli stati d'animo prevalenti sono stati lo **smarrimento e l'incertezza**, non solo per la **situazione epidemiologica**, quanto per la **Babele normativa** con cui ci siamo dovuti confrontare. Nella seconda, man mano che ci si riavvicinava alla riapertura, la voglia di **ricominciare** ha preso il sopravvento. E con lei, il bisogno di **ripensare i nostri modelli di business**. In quei giorni è accaduto qualcosa di **"epocale"**, che non si era mai verificata prima: **tantissimi operatori**, grandi o meno grandi, hanno sentito **il bisogno di unirsi ai propri "simili"**, per condividere quanto stava succedendo e soprattutto per analizzare e progettare la riapertura. **È in questo clima che è arrivato l'impulso per dare vita a FITCOMM**. Nel presente e nel prossimo futuro ci aspettano sfide molto impegnative, sono certo che affrontarle insieme ci darà più possibilità di vincerle.

> "Un network fra club associati e aziende partner che deve avere ancora più forza e consapevolezza dei reali vantaggi a beneficio di tutti
>
> Gianfranco Mazzia

LB Posso dire che abbiamo vissuto e stiamo vivendo molto intensamente il 2020. **Nella prima fase, buona parte delle nostre aziende è riuscita a lavorare con i privati**, i quali trovandosi chiusi in casa hanno voluto continuare a portare avanti i propri allenamenti creandosi piccole palestre domestiche. Tuttavia la nostra vocazione è essere **i partner di riferimento del settore palestre**, e questo, passata la prima fase del lockdown, **ci sta penalizzando** così come sta facendo soffrire anche tutto il settore. La chiusura e il contingentamento hanno creato gravi problemi ai nostri clienti e la paura di una seconda fase di chiusura sta rallentando le nuove aperture e gli investimenti.

GM Le aziende Partner di ANIF, sia come Supporter che come Pool, hanno subìto questo arresto improvviso e imprevedibile delle attività. Tuttavia abbiamo notato una **grande reattività e velocità nel trovare soluzioni alternative, soprattutto grazie all'utilizzo delle tecnologie e del digitale**.
Hanno tutti sviluppato un canale di comunicazione web e hanno affrontato il lockdown cercando soluzioni concrete per **mantenere il business attivo**. I servizi di customer

© DIRITTI RISERVATI

> Consapevoli della necessità di ripresa e soprattutto di sviluppo dell'export stiamo completando il progetto di una piattaforma digitale per fiere all'estero
>
> Manuela Viel

Manuela Viel

care sono sempre rimasti operativi al fianco dei club e oggi sono già in grado di proporre soluzioni di servizio o di prodotto implementate nel rispetto delle nuove normative.

In che modo la vostra Associazione ha agito ed è attiva nel dialogo con i propri associati e quali sono le priorità che vi siete dati per sostenerli e aiutarli a rilanciarsi?

RP Noi abbiamo **seguito, sostenuto ed informato costantemente i nostri associati sulle evoluzioni delle disposizioni** che si sono susseguite, lavoro non facile, che ci ha impegnato per molto tempo. Abbiamo approfittato del lockdown per effettuare **una serie di webinar** su argomenti tecnici, che sono stati ritenuti molto interessanti dai nostri associati. Abbiamo anche lavorato molto, recentemente, per **evitare che almeno le piccole piscine ad uso pubblico non restassero chiuse** a causa delle disposizioni che si sono succedute, diverse delle quali davvero difficili da comprendere.

MV Assosport abbraccia diversi settori merceologici, alcuni dei quali stanno crescendo grazie proprio all'emergenza covid: mi riferisco all' "outdoor", alla bicicletta, al running. In tali ambiti, interagendo con enti turistici, operatori e la rete retail del territorio **abbiamo dato vita ad un progetto dalle ottime ricadute per il turismo delle località montane**, promuovendo tantissime attività che hanno alimentato consumi e richieste di abbigliamento, la domanda di sport all'aria aperta, a beneficio anche dei commercianti. Parallelamente abbiamo organizzato **iniziative webinar** premianti per running e bicicletta. Certo, **per altri settori le difficoltà sono state e sono tuttora tante, come accade per il fitness e gli sport acquatici**: ma anche in tale comparto, collaborando con **ANIF**, cui ci unisce la bandiera di Confindustria e di Federvarie, abbiamo agevolato e partecipato ad incontri con il Ministro dello Sport e le istituzioni sportive per **sensibilizzare e trovare soluzioni per palestre, piscine e le aziende fornitrici**. Invero, alcune imprese hanno beneficiato della crescita esponenziale **dell'home-fitness**, anche se ora la domanda è in flessione.

FI Fitcomm è nata da poco più di 3 mesi, un tempo troppo breve per stilare un primo bilancio. Ma gli **obiettivi sono ambiziosi** anche se dipenderanno dalla volontà degli stessi associati. Una delle priorità, infatti, è proprio la **creazione di una massa critica di operatori/iscritti** che permettano a Fitcomm di parlare con **una voce forte e univoca sui tavoli istituzionali**, cioè i luoghi dove matureranno le decisioni che andranno a impattare sul nostro business. In secondo luogo stiamo lavorando per l'adozione di **standard qualitativi di servizio e di sicurezza sempre più rigorosi**, per tutelare al meglio la **salute dei soci** durante la loro permanenza nei Club: rimodulazione degli spazi, procedure di accesso e compresenza, regole di sanificazione degli ambienti e delle attrezzature, qualità dell'aria e manutenzione degli impianti. Metteremo **in condivisione le best practice degli associati** per ricreare un **clima di fiducia** e tranquillità che è alla base della ripresa dei flussi.

LB In associazione abbiamo sempre cercato di **fare squadra** e soprattutto abbiamo fatto **fronte comune** nelle decisioni sulla partecipazione alle **varie fiere** e nell'indirizzamento delle stesse verso la loro cancellazione. Attualmente stiamo lavorando per il **2021** alla programmazione di nuove partecipazioni ad alcune **fiere in Medio Oriente** e in altre parti del mondo, proponendo l'allestimento di un **Italian Village**.
Circa il sostegno agli associati, **al nostro interno stanno nascendo piccole reti d'impresa** per una collaborazione nello sviluppo di tutte le nostre aziende.

GM Nei mesi di lockdown abbiamo dedicato la maggior parte delle nostre energie per **lavorare con le istituzioni** al fine di poter tutelare il settore. Abbiamo **ascoltato i nostri**

> La concorrenza nel fitness non potrà mai essere reale fino a quando ci saranno realtà che, pur perseguendo finalità evidentemente commerciali, continueranno a beneficiare di agevolazioni pensate per il no profit
>
> Francesco Iezzoni

© DIRITTI RISERVATI

ideeuropee
communication in action

soci e i nostri consulenti quotidianamente e ci siamo adoperati, fin da subito, a creare un ponte di **comunicazione crescente tra gli associati (club) e i partner**, dando vita ad un **network** ancora più solido e volto ad una collaborazione reale e fattiva. Vogliamo che nei prossimi mesi questo network **prenda ancora più forza e consapevolezza dei reali vantaggi a beneficio di tutti** (non a caso, da oltre 20 anni, il payoff di ANIF è "Più Forti Insieme"). Per questo stiamo implementando **il calendario di appuntamenti** (per ora tutti online) grazie a **tavole rotonde e webinar** (alcuni aperti a tutti, altri dedicati solo ai soci) e abbiamo creato una **vera rete di imprenditori che dialoga e si confronta** sulle strategie e soluzioni concrete da adottare.

Quali delle vostre azioni o iniziative, avviate o prossime, ritenete possano avere ricadute positive su tutto il sistema sport, piscine e palestre in particolare?

RP Abbiamo iniziato una importante opera di sensibilizzazione delle istituzioni sul tema delle piscine. **Non è un tema facile** da affrontare da parte della politica, poichè ancora si tende a **considerare le piscine "roba da ricchi"**. Gli sforzi da fare sono tanti, ci vuole molta costanza e qualche delusione ogni tanto capita, però, come si dice, **il cammino si fa camminando...**

MV L'obiettivo è che i nostri associati vendano e tante aziende sono state penalizzate dallo stop pandemico, come lo sono i centri sportivi. Consapevoli della necessità di ripresa e soprattutto di sviluppo dell'export, per dare rinnovato vigore alle imprese, con l'ICE, il Ministro degli Esteri e il Ministro dello Sviluppo Economico, interagendo con Consolati ed Ambasciate, stiamo completando il progetto di una piattaforma digitale per fiere all'estero. Al contempo, tuttavia, alcune fiere verranno organizzate, fra cui l'ISPO: ogni associato potrà contare sulla nostra abituale attività di supporto e presenza. Insomma, **il mondo delle imprese mantiene la sua vitalità ed è pronto a ripartire**, valorizzando al massimo il **"made in Italy"**, finalità prima della nostra piattaforma digitale.

> "La chiusura e il contingentamento hanno creato gravi problemi ai nostri clienti e la paura di una seconda fase di chiusura sta rallentando le nuove aperture e gli investimenti
>
> Luca Bettini

FI Al netto delle singole azioni di breve termine, credo che il nostro settore abbia bisogno di combattere una **vera e propria battaglia culturale, anzi due**. La prima all'interno della **società**, per diffondere e sedimentare l'idea che **l'attività fisica è la prima forma di prevenzione** di tantissime patologie, soprattutto cardiovascolari. La seconda, **interna al nostro mondo**, è lavorare per stabilire **regole e principi condivisi da tutte le imprese commerciali** che operano sul mercato del Fitness, per porre le basi di una reale e "lea-

Da sinistra Succi, Bondi, Mazzia ad un convegno ANIF in Sicilia

© DIRITTI RISERVATI

ideeuropee
communication in action

Francesco Iezzoni

> Le realtà che nel tempo hanno investito sulla qualità del servizio, sulla sicurezza e sull'innovazione, saranno quelle che si rimetteranno a correre più velocemente delle altre
>
> Francesco Iezzoni

le" concorrenza nel settore. Concorrenza che non potrà mai essere reale, fino a che ci saranno realtà che, pur perseguendo finalità EVIDENTEMENTE commerciali, continueranno a beneficiare di agevolazioni pensate per il NO PROFIT.

LB Ad oggi il nostro settore è tra quelli più penalizzati e davanti a noi si avvicina un autunno molto incerto. Ad ogni modo siamo fiduciosi che l'attuale coordinamento tra i nostri associati e lo **sviluppo dell'export**, oltre a un'analisi accurata dello sviluppo del **mercato italiano**, siano la giusta via per **superare questo momento di evidente difficoltà** per tutto il settore.

GM Senza dubbio è risultato fondamentale il **grande lavoro** a favore del settore che ANIF ha svolto con la stesura degli **emendamenti** presentati e sostenuti nel corso degli iter legislativi dei Decreti: **Cura Italia, Liquidità e Rilancio**. Questo è il risultato di **una squadra di professionisti** che lavora (spesso dietro le quinte) in maniera coesa e guidata dal senso di responsabilità nei confronti degli associati e dell'intero sistema sportivo. Oggi siamo in grado di **mettere in contatto domanda e offerta in maniera mirata ed efficace**. Siamo perfettamente a conoscenza delle **necessità dei club e delle soluzioni offerte dalle aziende**, pertanto possiamo considerarci un **perfetto ponte di contatto** e collaborazione.

Come vedete il futuro per le imprese che rappresentate e per il comparto sportivo in generale, indicando i rischi maggiori e le soluzioni per superarli?

RP **Questa crisi lascerà segni profondi**. Il mio personale timore è per i grandi impianti pubblici che dovrebbero approfittare della situazione per riscrivere daccapo il proprio futuro. Mi auguro davvero che riescano a farlo, anche se non vedo segnali concreti. **Le piscine turistiche subiranno un duro colpo**, che si renderà tangibile nella prossima stagione, per la quale temo **verrà a mancare parte del fatturato** del comparto **in termini di nuove piscine e ristrutturazioni**. Non sono in grado di dire se la crescita del settore delle piscine residenziali potrà

> È ora che arrivino interventi strutturali sui temi di importanza primaria per le aziende
>
> Luca Bettini

Luca Bettini

© DIRITTI RISERVATI

ideeuropee
communication in action

Rossana Prola

> Questo è un momento di svolta, decisivo per le sorti di ogni impresa: se manca l'inclinazione al cambiamento si pregiudica il futuro della propria azienda
>
> Manuela Viel

supplire alla perdita, anche perchè è vero che c'è stato un grande aumento di richieste, ma ha riguardato principalmente le **piscine fuori terra e quelle di basso prezzo**.

MV Questo è un momento di svolta, decisivo per le sorti di ogni impresa. Bisogna **essere Imprenditori** lungimiranti, coraggiosi e determinati. È prevedibile che **chiuderanno diverse aziende**, non tanto per le dimensioni, quanto per **l'incapacità di trasformarsi**: nel processo ineludibile di digitalizzazione, nei rapporti con i buyer, nelle relazioni con i retailer, e ancor più, al proprio interno. Priorità non più procrastinabili che riguardano tutti gli attori del comparto sportivo, **palestre, piscine, società incluse**. Il virus è solo un acceleratore della trasformazione necessaria: se manca l'inclinazione al cambiamento si pregiudica il futuro della propria impresa. Assosport interpreta questa nuova stagione condividendo con gli associati un percorso di crescita. Alla prossima Assemblea Generale, nel corso della quale rinnoveremo il Presidente e il Consiglio Direttivo, contiamo di invitare personalità di spicco, guru dell'industria, precursori di successo nella svolta necessaria. Con loro e con il nostro quotidiano agire intendiamo **fornire le linee guida per una trasformazione che preluda al grande futuro delle nostre aziende**.

FI Non ho la sfera di cristallo per conoscere cosa ci riserverà l'immediato futuro, a maggior ragione in un contesto sanitario ed economico così fluido. Ma sono convinto che – indipendentemente dalle dimensioni e dalle risorse disponibili - le realtà che nel tempo hanno investito sulla qualità del servizio, sulla sicurezza e sull'innovazione, saranno quelle che si rimetteranno a correre più velocemente delle altre.
Il rischio maggiore che vedo all'orizzonte è quello che i singoli player procedano in ordine sparso, ritenendo di poter proseguire la propria attività come hanno sempre fatto finora. **La soluzione**, senza avere la certezza che ve ne sia una, può arrivare solo da un atteggiamento opposto: dalla **condivisione delle criticità, dal fare finalmente "sistema"**. FITCOMM è nata proprio per questo.

LB Generalmente, i periodi di crisi evidenziano prima di tutto **gli errori che le aziende hanno commesso nel passato**, e successivamente portano a **un'accelerazione della selezione delle stesse** all'interno del mercato. L'Italia negli ultimi anni non è stata molto favorevole al con-

> Il timore è per i grandi impianti pubblici che dovrebbero approfittare della situazione per riscrivere daccapo il proprio futuro. Mi auguro davvero che riescano a farlo
>
> Rossana Prola

© DIRITTI RISERVATI

ideeuropee
communication in action

cetto di "fare impresa", portando noi imprenditori a una continua corsa ad ostacoli. Mi auguro che il **governo** comprenda a fondo la **centralità del mondo imprenditoriale** e il valore che esso porta al benessere del paese. È ora che arrivino interventi strutturali sui temi di importanza primaria per le aziende.

GM Le aziende che collaborano con ANIF, sia come **Sport Pool** che come **Supporter o Fornitori**, vivono il loro business seguendo l'andamento delle **riaperture e al superamento di questo periodo di crisi** da parte dei centri sportivi. Per poter quindi riprendere il cammino dal punto in cui erano arrivati a dicembre 2019, **occorre lavorare in maniera strategica** proprio in questo periodo; poiché le **aziende** debbono **recuperare le posizioni** fin allora raggiunte, trasformando questa crisi in opportunità. Occorre implementare la loro azione, interrotta dal lockdown, in modo da trovarsi **fra un anno in una posizione più competitiva**.

> Le aziende debbono recuperare le posizioni fin allora raggiunte, trasformando questa crisi in opportunità
>
> Gianfranco Mazzia

Proshop - ph Adidas

Proshop Aquarapid in piscina - ph Cestisport

© DIRITTI RISERVATI

ideeuropee
communication in action