



7 dicembre 2022

www.agenparl.eu

<https://agenparl.eu/2022/12/07/cs-assosport-stagione-invernale-al-via-soffia-vento-di-ottimismo-tra-le-aziende-del-mondo-neve/>



Cs – Assosport: stagione invernale al via. Soffia vento di ottimismo tra le aziende del mondo neve.

APERTURA STAGIONE INVERNALE: IMPIANTI APERTI E TANTA VOGLIA DI TORNARE IN PISTA

Incognita meteo e caro energia non spaventa il popolo della neve. Aumenti contenuti degli skipass e impianti pronti ad azionare i sistemi di innevamento programmato per garantire la stagione. Tornano gli stranieri, mentre gli italiani riscoprono lo sci-alpinismo. Ferrino (Assosport): “il 2022/23 sia l’anno del riscatto definitivo”

Con il ponte dell’8 dicembre si aprirà ufficialmente la stagione invernale 2022/23. Assosport, Associazione Nazionale fra i Produttori di Articoli Sportivi (oltre 130 aziende in Italia, 300 brand, 12.000 addetti e un fatturato aggregato di 4,5 miliardi di euro), fa il punto della situazione attraverso la voce del Consigliere Corrado Macciò, Presidente di Pool Sci Italia, e della Presidente Anna Ferrino.

Molti i dubbi che nei giorni scorsi hanno alimentato discussioni e generato polemiche e che sembrerebbero destinati a gettare un’ombra sinistra sulla ripartenza: da una parte gli umori altalenanti del meteo con la neve che si fa attendere, dall’altra lo spettro del caro energia e i costi eccessivi di gestione degli impianti. Spiega Corrado Macciò: «L’incognita del meteo è una costante con la quale chiunque faccia il nostro lavoro è inevitabilmente costretto a scontrarsi ogni anno. Si tratta di una variabile che le stazioni sciistiche fortunatamente sono perfettamente in grado di gestire. Discorso



a parte va fatto invece per altri due fattori cruciali che potrebbero pesare maggiormente sull'andamento di questa specifica stagione: in primis il rebus legato alla condizione economica degli italiani, ovvero se la loro ridotta capacità di spesa nella vita quotidiana inciderà o meno sulla frequenza in pista. Poi c'è il nodo relativo all'aumento delle tariffe energetiche e alla "questione acqua", visto che il 2022 purtroppo è stato segnato dalla siccità. Le stazioni assorbiranno i costi in eccesso applicando un piccolo incremento sul prezzo degli skipass. Questo ha creato qualche malumore, ma a mio avviso si tratta di un falso problema, giacché le maggiorazioni non saranno eccessive e riguarderanno principalmente gli skipass giornalieri, mentre incideranno in misura assai minore sugli abbonamenti plurigiornalieri o stagionali».

Un dato, quest'ultimo, confermato anche da Valeria Ghezzi, Presidente di ANEF, l'Associazione Nazionale Esercenti Funiviari che rappresenta il 90% del mercato per oltre 1500 impianti dislocati in tutto il paese: «I prezzi degli skipass sono aumentati in ragione dell'inflazione, ma solo una minima parte dei maggiori costi sostenuti dalle aziende verrà trasferito sui clienti. I ritocchi, infatti, non coprono neppure la singola voce degli aumenti energetici: in caso contrario avremmo dovuto aumentare le tariffe del 30%, mentre i rincari si situano tra il 5 e il 12%». Le criticità non mancano, dal caro energia, ai costi lievitati di acciaio e carburante, fino all'impennata degli oneri di gestione per la sicurezza degli sciatori; è stato chiesto a gran voce di annoverare le aziende funiviarie tra le imprese energivore affinché possano beneficiare di eventuali aiuti che consentano loro di affrontare al meglio questo periodo delicato senza impattare troppo sugli utenti finali. Intanto, in attesa di risposte, gli impianti non si sono comunque tirati indietro dichiarandosi pronti a garantire la qualità delle piste, anche mediante l'innnevamento programmato qualora si rendesse necessario, proprio in virtù della consapevolezza che una stagione senza neve penalizzerebbe l'intera filiera.

Parlando più nello specifico di prodotti, le prime impressioni raccolte a caldo dagli addetti ai lavori in queste settimane di "prove generali" sono state decisamente incoraggianti. Commenta ancora Macciò: «i negozianti ci stanno restituendo feeling positivi: c'è voglia di sciare e appena le temperature si abbassano gli store tornano a riempirsi e le vendite ingranano; si è partiti dall'alto di gamma ovviamente, perché i



primi a comprare sono sempre gli appassionati che non aspettano certo l'Immacolata per scendere in pista. Poi, con l'apertura ufficiale della stagione, ci attendiamo acquisti massivi in tutte le fasce di prezzo. I trend sono sempre gli stessi del resto con una buona crescita nella richiesta di articoli back country touring, un settore tradizionalmente "dormiente" risvegliatosi per effetto del covid. Parliamo di quello che un tempo si definiva sci-alpinismo e che se da una parte è soggetto a limitazioni perché richiede un livello di preparazione tecnica non indifferente, dall'altra è stato definitivamente sdoganato durante l'emergenza sanitaria, quando gli impianti erano chiusi e alle piste, per forza di cose, si poteva accedere solo a piedi».

Che tirasse una buona aria di ripresa lo avevano in parte già indicato i risultati della passata stagione invernale, trainati anche dai successi olimpici di Pechino e dalla voglia di riprendere in mano gli sci dopo più di un anno di stop forzato a causa dei continui lockdown. Anche se i numeri registrati allora erano ancora ben lontani dai valori medi dell'era pre-pandemica, il calo fisiologico di presenze non aveva comunque superato il 10% nonostante la quasi totale assenza di turisti stranieri. Quest'anno, archiviate le restrizioni, si prevede che torneranno anche loro, per quanto la presenza di sciatori esteri sembra avere comunque un peso alquanto relativo, dal momento che circa il 75% dei praticanti che affollano le piste italiane sono comunque autoctoni. Tra questi, la percentuale che potrebbe essere maggiormente condizionata dalle criticità, è quella dei cosiddetti sciatori di prossimità che popolano le stazioni nei weekend e che, proprio per questo, risentono più facilmente di eventuali allarmi meteo e sono più propensi alla rinuncia anche per motivi economici. Chi ha una seconda casa in montagna o ha prenotato la settimana bianca, di contro, difficilmente penserà di annullare la prenotazione. «In Italia il "popolo della neve" conta circa 3,4 milioni di persone tra aficionados e nuove leve. Si tratta di un'utenza specifica con una capacità di spesa medio-alta, per cui la sensazione ottimistica che mi sento di poter condividere è che, con la neve giusta, questa stagione sarà più che soddisfacente» – prosegue Macciò.

«La Sport Industry è pronta all'avvio della nuova stagione – conclude Anna Ferrino, Presidente di Assosport – nonostante le imprese del nostro settore combattano



quotidianamente contro il caro bollette e con la paura che l'ombra della crisi economica possa in qualche modo scoraggiare la pratica. Per fortuna ottimismo e voglia di montagna sembrano prevalere. Un po' perché i grandi eventi spronano all'attività sportiva, un po' per merito delle aziende stesse del mondo neve che continuano a investire in ricerca e sviluppo e si dimostrano lungimiranti, ascoltando le richieste del mercato e assecondando le tendenze in corso, in primis il richiamo alla sostenibilità con azioni concrete di economia circolare sempre più apprezzate dai consumatori. Dal mio costante confronto con gli addetti ai lavori riporto il messaggio positivo di una filiera che si sta facendo in quattro per garantire la riuscita della stagione, sebbene i ritardi nelle consegne e i problemi di approvvigionamento non siano certo svaniti. In Italia abbiamo delle montagne stupende e non a caso siamo stati scelti come futura sede Olimpica e Paralimpica. Se il 2021/22 è stato l'anno della ripartenza, ora ci aspettiamo che il 2022/23 si traduca nell'anno del definitivo riscatto».



7 dicembre 2022

www.ilmattinoquotidiano.it

<https://www.ilmattinoquotidiano.it/news/basilicata/64321/turismo-al-via-la-stagione-invernale-per-il-presidente-di-assosport-e-tornata-la-voglia-di-montagna.html?id=0>

il **MATTINO**

Turismo, al via la stagione invernale. Per il presidente di Assosport è tornata la voglia di montagna

"La Sport Industry è pronta all'avvio della nuova stagione - dice Anna Ferrino, Presidente di Assosport - nonostante le imprese del nostro settore combattano quotidianamente contro il caro bollette e con la paura che l'ombra della crisi economica possa in qualche modo scoraggiare la pratica. Per fortuna ottimismo e voglia di montagna sembrano prevalere"



📷 Sirino (archivio)



10 dicembre 2022

Il Resto del Carlino/La Nazione/Il Giorno
Speciale "I conti delle Feste" – pagina 10

Tanta voglia di neve In 4,5 milioni sugli sci durante il Ponte Stangata da 1.600 euro

Quest'anno una famiglia spenderà 5mila euro per una settimana bianca Truzzi (Assoutenti): «I prezzi sono cresciuti tra il 15 e il 18%»
Per risparmiare c'è chi punta sulle mete meno gettonate

di **Roberto Canali**

Quest'anno agli italiani non basterà dare fondo alla tredicesima per pagarsi la settimana bianca sugli sci. Secondo Assoutenti la spesa procapite è lievitata da 1.400 a 1.600 euro con il risultato che una famiglia per togliersi lo sfizio del Natale in bianco spenderà non meno di 5mila euro. Così per colpa di caro-energia e inflazione nell'anno del ritorno alla normalità dopo l'incubo del Covid lo sci rischia di diventare uno sport per ricchi. «Non ci sono solo i rincari degli skipass, hanno ritoccato i loro listini verso l'alto anche alberghi, hotel, B&B, pensioni, case vacanze e strutture ricettive – spiega il presidente di Assoutenti, Furio Truzzi – Per la classica settimana bianca, la spesa media procapite tra skipass, alloggio, servizi, consumazioni, ristoranti, ecc. sarà compresa tra i 1.400 e i 1.600 euro, trasporti esclusi, con una crescita stimata tra il +15% e il +18% sulla stagione invernale 2021/2022».

Se ne sono già accorti in questi giorni gli italiani che hanno trascorso il ponte dell'Immacolata sulle piste: per sciare sui tracciati delle Olimpiadi 2026 si spendevano 31 euro a Livigno, 29 a Bormio e 59 a Cortina. Nelle prossime settimane andrà peggio, chi sceglierà le Dolomiti dovrà mettere in conto una spesa giornaliera, in alta stagione, pari a 74 euro, contro i 67 euro dello scorso

COLDIRETTI

«L'economia che ruota intorno al turismo invernale ha un valore stimato tra i 10 e i 12 miliardi di euro all'anno»

anno, con un aumento della tariffa del +10,4%. A Bormio il prezzo giornaliero dello skipass in alta stagione sale da 46 euro a 52 euro, con un aumento del +13%, quello stagionale da 775 euro a 825 euro (+6,4%). Chi sceglie la Valle d'Aosta deve mettere in conto un aumento dello skipass del +8,9% a Courmayeur (da 56 a 61 euro) e del +7,5% a Cervinia (da 53 a 57 euro). Lo stagionale Valle d'Aosta potrà essere acquistato al prezzo di 1.286 euro contro i 1.180 euro dell'anno scorso (+8,9%); lo stagionale Valle d'Aosta + Zermatt costerà invece 1.518 euro contro i 1.393 euro della scorsa stagione (+9%).

Per risparmiare si deve rinunciare al glamour e accontentarsi di mete meno rinomate come Capracotta in Molise dove in alta stagione il giornaliero costa 18 euro e i bambini sciano con 16, Campo Imperatore, Lanciano e la Majelletta dove si potrà trascorrere una giornata sulle piste a 27 euro, Ovindoli a 38 euro oppure Roccaraso a 47. Di sicuro molti italiani si troveranno a sce-

Gli auguri di Zaia

«OTTIMO INIZIO»



Luca Zaia
Governatore del Veneto

«Il meteo ha regalato alla montagna un ottimo avvio della stagione invernale. Porgo i miei auguri agli operatori del settore»



Il popolo della neve conta 3,4 milioni di appassionati secondo Assosport

gliere tra un bianco Natale e un Natale in bianco senza regali sotto l'albero. «In Italia il «popolo della neve» conta circa 3,4 milioni di persone tra aficionados e nuove leve – spiega Corrado Macchiò, general manager di Assosport –. Si tratta di un'utenza specifica con una capacità di spesa medio-alta, per cui la sensazione ottimistica che mi sento di poter condividere è che, con la neve giusta, questa stagione

sarà più che soddisfacente». **La conferma** arriva anche da Coldiretti che ha stimato in 4,5 milioni gli italiani che hanno trascorso il ponte dell'Immacolata sulla neve, su un totale di oltre 8 milioni che si sono concessi una breve vacanza. «L'economia che ruota intorno al turismo invernale – ricorda la Coldiretti – ha un valore stimato prima dell'emergenza Covid tra i 10 e i 12 miliardi di euro all'anno tra diretto, indotto e filiera». Poi vanno aggiunti i turisti stranieri che anche in questi giorni continuano a far registrare il tutto esaurito negli alberghi e le strutture ricettive dell'arco alpino, praticamente sold-out fino all'Epifania. Abbastanza per far tornare il sorriso agli operatori, dopo la pandemia hanno messo nel sacco anche l'inflazione.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

MACCHIÒ (ASSOSPORT)

«Gli utenti della montagna hanno una capacità di spesa medio-alta. Mi aspetto una buona stagione»

Le precipitazioni più cospicue sulle Dolomiti, domani giornata da bollino nero per il traffico

Fiocchi sui monti, stagione super

Neve a Cortina, Falcade, Arabba, Agordo, solo per citare alcune tra le località sciistiche più note. Imbiancati anche i mercatini di Natale di Trento e Bolzano. Per albergatori e impiantisti la stagione sciistica comincia proprio con il Ponte dell'Immacolata. Le precipitazioni nevose più cospicue si stanno registrando sulle Dolomiti: nei comprensori sciistici sopra i 1.500-1.600 metri lo strato di

neve era già vicino o superiore al mezzo metro. Neve non solo nel Bellunese, ma anche sulle montagne veronesi e vicentine, con l'altipiano di Asiago che vanta già un manto di una quindicina di centimetri. **Non è da meno** il Trentino. In fondovalle la neve ha raggiunto uno spessore compreso tra i 2 e gli 8 centimetri, mentre in quota si sono raggiunti i 20 centimetri. In ogni caso le nevicat e le piogge sono destina-

te a scemare con il passare delle ore. Domani sarà una giornata da bollino nero, non solo sul fronte del traffico per via del rientro. È previsto infatti vento da nord sempre più freddo ed a tratti forte anche in valle, con possibili bufere di neve soprattutto in montagna, ma non escluse nelle valli sopra i 600 metri circa. Condizione che potrebbe spingere tanti vacanzieri a rientrare in pianura già dal pomeriggio.



10 dicembre 2022

www.quotidiano.net

<https://www.quotidiano.net/economia/tanta-voglia-di-neve-in-45-milioni-sugli-sci-durante-il-ponte-stangata-da-1600-euro-1.8370211>

QUOTIDIANO NAZIONALE

QNECONOMIA

Territori, innovazione e lavoro

Tanta voglia di neve. In 4,5 milioni sugli sci per il Ponte: stangata da 1.600 euro

Quest'anno una famiglia spenderà 5mila euro per una settimana bianca. Truzzi (Assoutenti): "I prezzi sono cresciuti tra il 15 e il 18%". Per risparmiare c'è chi punta sulle mete meno gettonate

Quest'anno agli italiani non basterà dare fondo alla tredicesima per pagarsi la settimana bianca sugli sci. Secondo Assoutenti la spesa procapite è lievitata da 1.400 a 1.600 euro con il risultato che una famiglia per togliersi lo sfizio del Natale in bianco spenderà non meno di 5mila euro. Così



12 dicembre 2022

www.outdoormag.sport-press.it

<https://outdoormag.sport-press.it/2022/12/12/assosport-e-anef-analizzano-la-stagione-invernale/>

magazine
outdoor 

ASSOSPORT E ANEF ANALIZZANO LA STAGIONE INVERNALE



Con il ponte dell'Immacolata si è aperta ufficialmente la stagione invernale 2022/23.

Assosport, Associazione Nazionale fra i Produttori di Articoli Sportivi (oltre 130 aziende in Italia, 300 brand, 12.000 addetti e un fatturato aggregato di 4,5 miliardi di euro), fa il punto della situazione attraverso la voce del **consigliere Corrado Macciò**, presidente di **Pool Sci Italia**, e della **presidente Anna Ferrino**.

Molti i dubbi che nei giorni scorsi hanno alimentato discussioni e generato polemiche e che sembrerebbero destinati a gettare un'ombra sinistra sulla ripartenza: da una parte gli umori altalenanti del meteo con la **neve che si fa attendere**, dall'altra **lo spettro del caro energia** e i costi eccessivi di gestione degli impianti.



Spiega Corrado Macciò

“L’incognita del meteo è una costante con la quale chiunque faccia il nostro lavoro è inevitabilmente costretto a scontrarsi ogni anno. Si tratta di una variabile che **le stazioni sciistiche fortunatamente sono perfettamente in grado di gestire**. Discorso a parte va fatto invece per altri due fattori cruciali che potrebbero pesare maggiormente sull’andamento di questa specifica stagione: in primis il rebus legato alla condizione economica degli italiani, ovvero se la loro ridotta capacità di spesa nella vita quotidiana inciderà o meno sulla frequenza in pista”.



“Poi c’è il nodo relativo all’aumento delle tariffe energetiche e alla **“questione acqua”**, visto che il 2022 purtroppo è stato segnato dalla siccità. Le stazioni assorbiranno i costi in eccesso applicando un piccolo incremento sul prezzo degli skipass. Questo ha creato qualche malumore, ma a mio avviso si tratta di un falso problema, giacché le maggiorazioni non saranno eccessive e riguarderanno principalmente gli skipass giornalieri, mentre incideranno in misura assai minore sugli abbonamenti plurigiornalieri o stagionali”.



Interviene Valeria Ghezzi

Un dato, quest'ultimo, confermato anche da Valeria Ghezzi, presidente di ANEF, l'Associazione Nazionale Esercenti Funiviari che rappresenta il 90% del mercato per oltre 1500 impianti dislocati in tutto il paese.

"I prezzi degli skipass sono aumentati in ragione dell'inflazione, ma solo una minima parte dei maggiori costi sostenuti dalle aziende verrà trasferito sui clienti. I ritocchi, infatti, non coprono neppure la singola voce degli aumenti energetici: in caso contrario avremmo dovuto aumentare le tariffe del 30%, mentre i rincari si situano tra il 5 e il 12%".



Le criticità non mancano, dal caro energia, ai costi lievitati di acciaio e carburante, fino all'impennata degli oneri di gestione per la sicurezza degli sciatori; è stato chiesto a gran voce di annoverare le aziende funiviarie tra le imprese energivore affinché possano beneficiare di eventuali aiuti che consentano loro di affrontare al meglio questo periodo delicato senza impattare troppo sugli utenti finali.



Prime impressioni di sell out

Parlando più nello specifico di prodotti, le prime impressioni raccolte a caldo dagli addetti ai lavori in queste settimane di “prove generali” sono state decisamente incoraggianti.

Commenta ancora Macciò: “i negozianti ci stanno restituendo feeling positivi: **c'è voglia di sciare e appena le temperature si abbassano gli store tornano a riempirsi e le vendite ingranano**; si è partiti dall'alto di gamma ovviamente, perché i primi a comprare sono sempre gli appassionati che non aspettano certo l'Immacolata per scendere in pista. Poi, con l'apertura ufficiale della stagione, ci attendiamo acquisti massivi in tutte le fasce di prezzo”.

“I trend sono sempre gli stessi del resto con una buona crescita nella richiesta di articoli back country touring, un settore tradizionalmente “dormiente” risvegliatosi per effetto del covid.

Parliamo di quello che un tempo si definiva sci-alpinismo e che se da una parte è soggetto a limitazioni perché richiede un livello di preparazione tecnica non indifferente, dall'altra è stato definitivamente sdoganato durante l'emergenza sanitaria, quando gli impianti erano chiusi e alle piste, per forza di cose, si poteva accedere solo a piedi”.

Scenario

Che tirasse una buona aria di ripresa lo avevano in parte già indicato i risultati della passata stagione invernale, trainati anche dai **successi olimpici di Pechino** e dalla voglia di riprendere in mano gli sci dopo più di un anno di stop forzato a causa dei continui lockdown.

Anche se i numeri registrati allora erano ancora ben lontani dai valori medi dell'era pre-pandemica, il calo fisiologico di presenze **non aveva comunque superato il 10%** nonostante la quasi totale assenza di turisti stranieri. Quest'anno, archiviate le restrizioni, si prevede che torneranno anche loro, per quanto la presenza di sciatori esteri sembra avere comunque un peso alquanto relativo, dal momento che circa il 75% dei praticanti che affollano le piste italiane sono comunque autoctoni.



Tra questi, la percentuale che potrebbe essere maggiormente condizionata dalle criticità, è quella dei cosiddetti **sciatori di prossimità** che popolano le stazioni nei weekend e che, proprio per questo, risentono più facilmente di eventuali allarmi meteo e sono più propensi alla rinuncia anche per motivi economici.

Chi ha una seconda casa in montagna o ha prenotato la settimana bianca, di contro, difficilmente penserà di annullare la prenotazione. *«In Italia il “popolo della neve” conta circa 3,4 milioni di persone tra aficionados e nuove leve. Si tratta di un’utenza specifica con una capacità di spesa medio-alta, per cui la sensazione ottimistica che mi sento di poter condividere è che, con la neve giusta, questa stagione sarà più che soddisfacente»* – prosegue Macciò.

Anna Ferrino, presidente di Assosport

“La Sport Industry è pronta all’avvio della nuova stagione nonostante le imprese del nostro settore combattano quotidianamente contro il caro bollette e con la paura che l’ombra della crisi economica possa in qualche modo scoraggiare la pratica. Per fortuna ottimismo e voglia di montagna sembrano prevalere. Un po’ perché i grandi eventi spronano all’attività sportiva, un po’ per merito delle aziende stesse del mondo neve che continuano a investire in ricerca e sviluppo e si dimostrano lungimiranti, ascoltando le richieste del mercato e assecondando le tendenze in corso, in primis il richiamo alla sostenibilità con azioni concrete di economia circolare sempre più apprezzate dai consumatori”.

“Dal mio costante confronto con gli addetti ai lavori riporto il messaggio positivo di una filiera che si sta facendo in quattro per garantire la riuscita della stagione, sebbene i ritardi nelle consegne e i problemi di approvvigionamento non siano certo svaniti. In Italia abbiamo delle montagne stupende e non a caso siamo stati scelti come futura sede Olimpica e Paralimpica. Se il 2021/22 è stato l’anno della ripartenza, ora ci aspettiamo che il 2022/23 si traduca nell’anno del definitivo riscatto”.





12 dicembre 2022

www.mountainblog.it

<http://www.mountainblog.it/redazionale/apertura-stagione-invernale-impianti-aperti-e-tanta-voglia-di-tornare-in-pista/>



The Outdoor Lifestyle Journal

Apertura stagione invernale: impianti aperti e tanta voglia di tornare in pista



Fonte: assosport.it

Incognita meteo e caro energia non spaventa il popolo della neve. Aumenti contenuti degli skipass e impianti pronti ad azionare i sistemi di innevamento programmato per garantire la stagione. Tornano gli stranieri, mentre gli italiani riscoprono lo sci-alpinismo. Ferrino (Assosport): "il 2022/23 sia l'anno del riscatto definitivo"

Con il ponte dell'8 dicembre si è aperta ufficialmente la stagione invernale 2022/23. **Assosport, Associazione**

Nazionale fra i Produttori di Articoli Sportivi (oltre 130 aziende in Italia, 300 brand, 12.000 addetti e un fatturato aggregato di 4,5 miliardi di euro), fa il punto della situazione attraverso la voce del Consigliere **Corrado Macciò**, Presidente di Pool Sci Italia, e della Presidente Anna Ferrino.

Molti i dubbi che nei giorni scorsi hanno alimentato discussioni e generato polemiche e che sembrerebbero destinati a gettare un'ombra sinistra sulla ripartenza: da una parte gli umori altalenanti del meteo con la neve che si fa attendere, dall'altra lo spettro del caro energia e i costi eccessivi di



gestione degli impianti. Spiega **Corrado Macciò**: «L'incognita del meteo è una costante con la quale chiunque faccia il nostro lavoro è inevitabilmente costretto a scontrarsi ogni anno. Si tratta di una variabile che le stazioni sciistiche fortunatamente sono perfettamente in grado di gestire. Discorso a parte va fatto invece per altri due fattori cruciali che potrebbero pesare maggiormente sull'andamento di questa specifica stagione: in primis il rebus legato alla condizione economica degli italiani, ovvero se la loro ridotta capacità di spesa nella vita quotidiana inciderà o meno sulla frequenza in pista. Poi c'è il nodo relativo all'aumento delle tariffe energetiche e alla "questione acqua", visto che il 2022 purtroppo è stato segnato dalla siccità. Le stazioni assorbiranno i costi in eccesso applicando un piccolo incremento sul prezzo degli skipass. Questo ha creato qualche malumore, ma a mio avviso si tratta di un falso problema, giacché le maggiorazioni non saranno eccessive e riguarderanno principalmente gli skipass giornalieri, mentre incideranno in misura assai minore sugli abbonamenti plurigiornalieri o stagionali».

Un dato, quest'ultimo, confermato anche da **Valeria Ghezzi, Presidente di ANEF, l'Associazione Nazionale Esercenti Funiviari** che rappresenta il 90% del mercato per oltre 1500 impianti dislocati in tutto il paese: «I prezzi degli skipass sono aumentati in ragione dell'inflazione, ma solo una minima parte dei maggiori costi sostenuti dalle aziende verrà trasferito sui clienti. I ritocchi, infatti, non coprono neppure la singola voce degli aumenti energetici: in caso contrario avremmo dovuto aumentare le tariffe del 30%, mentre i rincari si situano tra il 5 e il 12%». Le criticità non mancano, dal caro energia, ai costi lievitati di acciaio e carburante, fino all'impennata degli oneri di gestione per la sicurezza degli sciatori; è stato chiesto a gran voce di annoverare le aziende funiviarie tra le imprese energivore affinché possano beneficiare di eventuali aiuti che consentano loro di affrontare al meglio questo periodo delicato senza impattare troppo sugli utenti finali. Intanto, in attesa di risposte, gli impianti non si sono comunque tirati indietro dichiarandosi pronti a garantire la qualità delle piste, anche mediante l'innnevamento programmato qualora si rendesse necessario, proprio in virtù della consapevolezza che una stagione senza neve penalizzerebbe l'intera filiera.

Parlando più nello specifico di prodotti, le prime impressioni raccolte a caldo dagli addetti ai lavori in queste settimane di "prove generali" sono state decisamente incoraggianti. Commenta ancora **Macciò**: «i negozianti ci stanno restituendo feeling positivi: c'è voglia di sciare e appena le temperature si abbassano gli store tornano a riempirsi e le vendite ingranano; si è partiti dall'alto di gamma ovviamente, perché i primi a comprare sono sempre gli appassionati che non aspettano certo l'Immacolata per scendere in pista. Poi, con l'apertura ufficiale della stagione, ci attendiamo acquisti massivi in tutte le fasce di prezzo. I trend sono sempre gli stessi del resto con una buona crescita nella richiesta di articoli back country touring, un settore tradizionalmente "dormiente" risvegliatosi per effetto del covid. Parliamo di quello che un tempo si definiva sci-alpinismo e che se da una parte è soggetto a limitazioni perché richiede un livello



di preparazione tecnica non indifferente, dall'altra è stato definitivamente sdoganato durante l'emergenza sanitaria, quando gli impianti erano chiusi e alle piste, per forza di cose, si poteva accedere solo a piedi».

Che tirasse una buona aria di ripresa lo avevano in parte già indicato i risultati della passata stagione invernale, trainati anche dai successi olimpici di Pechino e dalla voglia di riprendere in mano gli sci dopo più di un anno di stop forzato a causa dei continui lockdown. Anche se i numeri registrati allora erano ancora ben lontani dai valori medi dell'era pre-pandemica, il calo fisiologico di presenze non aveva comunque superato il 10% nonostante la quasi totale assenza di turisti stranieri. Quest'anno, archiviate le restrizioni, si prevede che torneranno anche loro, per quanto la presenza di sciatori esteri sembra avere comunque un peso alquanto relativo, dal momento che circa il 75% dei praticanti che affollano le piste italiane sono comunque autoctoni. Tra questi, la percentuale che potrebbe essere maggiormente condizionata dalle criticità, è quella dei cosiddetti sciatori di prossimità che popolano le stazioni nei weekend e che, proprio per questo, risentono più facilmente di eventuali allarmi meteo e sono più propensi alla rinuncia anche per motivi economici. Chi ha una seconda casa in montagna o ha prenotato la settimana bianca, di contro, difficilmente penserà di annullare la prenotazione. «In Italia il "popolo della neve" conta circa 3,4 milioni di persone tra aficionados e nuove leve. Si tratta di un'utenza specifica con una capacità di spesa medio-alta, per cui la sensazione ottimistica che mi sento di poter condividere è che, con la neve giusta, questa stagione sarà più che soddisfacente» – prosegue **Macciò**.

«La Sport Industry è pronta all'avvio della nuova stagione – conclude **Anna Ferrino, Presidente di Assosport** – nonostante le imprese del nostro settore combattano quotidianamente contro il caro bollette e con la paura che l'ombra della crisi economica possa in qualche modo scoraggiare la pratica. Per fortuna ottimismo e voglia di montagna sembrano prevalere. Un po' perché i grandi eventi spronano all'attività sportiva, un po' per merito delle aziende stesse del mondo neve che continuano a investire in ricerca e sviluppo e si dimostrano lungimiranti, ascoltando le richieste del mercato e assecondando le tendenze in corso, in primis il richiamo alla sostenibilità con azioni concrete di economia circolare sempre più apprezzate dai consumatori. Dal mio costante confronto con gli addetti ai lavori riporto il messaggio positivo di una filiera che si sta facendo in quattro per garantire la riuscita della stagione, sebbene i ritardi nelle consegne e i problemi di approvvigionamento non siano certo svaniti. In Italia abbiamo delle montagne stupende e non a caso siamo stati scelti come futura sede Olimpica e Paralimpica. Se il 2021/22 è stato l'anno della ripartenza, ora ci aspettiamo che il 2022/23 si traduca nell'anno del definitivo riscatto».



12 dicembre 2022

www.italiainforma.com

<https://italia-informa.com/assosport-stagione-invernale-2022-2023.aspx>

ITALIA *informa*
QUOTIDIANO ON-LINE

LOGIN 

Apertura stagione invernale, Assosport: impianti aperti e tanta voglia di tornare in pista

- di: *Barbara Leone* 12/12/2022





Con il ponte dell'8 dicembre si è ufficialmente aperta la stagione invernale 2022/23. **Assosport**, Associazione nazionale fra i produttori di articoli sportivi (oltre 130 aziende in Italia, 300 brand, 12.000 addetti e un fatturato aggregato di 4,5 miliardi di euro), fa il punto della situazione attraverso **la voce del Consigliere Corrado Macciò, Presidente di Pool Sci Italia, e della Presidente Anna Ferrino**. Molti i dubbi che nei giorni scorsi hanno alimentato discussioni e generato polemiche, e che sembrerebbero destinati a gettare un'ombra sinistra sulla ripartenza: da una parte gli umori altalenanti del meteo con la neve che si fa attendere, dall'altra lo spettro del caro energia e i costi eccessivi di gestione degli impianti.

Apertura stagione invernale, Assosport: "Tanta voglia di tornare in pista"

"L'incognita del meteo - spiega Corrado Macciò - è una costante con la quale chiunque faccia il nostro lavoro è inevitabilmente costretto a scontrarsi ogni anno. Si tratta di una variabile che le stazioni sciistiche fortunatamente sono perfettamente in grado di gestire. Discorso a parte va fatto invece per altri due fattori cruciali che potrebbero pesare maggiormente sull'andamento di questa specifica stagione: in primis il rebus legato alla condizione economica degli italiani, ovvero se la loro ridotta capacità di spesa nella vita quotidiana inciderà o meno sulla frequenza in pista. Poi c'è il nodo relativo all'aumento delle tariffe energetiche e alla 'questione acqua', visto che il 2022 purtroppo è stato segnato dalla siccità. Le stazioni assorbiranno i costi in eccesso applicando un piccolo incremento sul prezzo degli skipass. Questo ha creato qualche malumore, ma a mio avviso si tratta di un falso problema, giacché le maggiorazioni non saranno eccessive e riguarderanno principalmente gli skipass giornalieri, mentre incideranno in misura assai minore sugli abbonamenti plurigiornalieri o stagionali".

Un dato, quest'ultimo, confermato anche da **Valeria Ghezzi, Presidente di Anef**, l'Associazione nazionale esercenti funiviari che rappresenta il 90% del mercato per oltre 1500 impianti dislocati in tutto il Paese: *"I prezzi degli skipass sono aumentati in ragione dell'inflazione, ma solo una minima parte*



dei maggiori costi sostenuti dalle aziende verrà trasferito sui clienti - sottolinea Ghezzi -. I ritocchi, infatti, non coprono neppure la singola voce degli aumenti energetici: in caso contrario avremmo dovuto aumentare le tariffe del 30%, mentre i rincari si situano tra il 5 e il 12%". Le criticità non mancano: dal caro energia, ai costi lievitati di acciaio e carburante, fino all'impennata degli oneri di gestione per la sicurezza degli sciatori; è stato chiesto a gran voce di annoverare le aziende funiviarie tra le imprese energivore affinché possano beneficiare di eventuali aiuti che consentano loro di affrontare al meglio questo periodo delicato senza impattare troppo sugli utenti finali. Intanto, in attesa di risposte, gli impianti non si sono comunque tirati indietro dichiarandosi pronti a garantire la qualità delle piste, anche mediante l'innevamento programmato qualora si rendesse necessario, proprio in virtù della consapevolezza che una stagione senza neve penalizzerebbe l'intera filiera. Parlando più nello specifico di prodotti, le prime impressioni raccolte a caldo dagli addetti ai lavori in queste settimane di prove generali sono state decisamente incoraggianti.

"I negozianti ci stanno restituendo feeling positivi - commenta ancora Macciò -: c'è voglia di sciare e appena le temperature si abbassano gli store tornano a riempirsi e le vendite ingranano; si è partiti dall'alto di gamma ovviamente, perché i primi a comprare sono sempre gli appassionati che non aspettano certo l'Immacolata per scendere in pista. Poi, con l'apertura ufficiale della stagione, ci attendiamo acquisti massivi in tutte le fasce di prezzo. I trend sono sempre gli stessi del resto con una buona crescita nella richiesta di articoli back country touring, un settore tradizionalmente 'dormiente' risvegliatosi per effetto del covid. Parliamo di quello che un tempo si definiva sci-alpinismo e che se da una parte è soggetto a limitazioni perché richiede un livello di preparazione tecnica non indifferente, dall'altra è stato definitivamente sdoganato durante l'emergenza sanitaria, quando gli impianti erano chiusi e alle piste, per forza di cose, si poteva accedere solo a piedi".

Che tirasse una buona aria di ripresa lo avevano in parte già indicato i risultati della passata stagione invernale, trainati anche dai successi olimpici di Pechino e dalla voglia di riprendere in mano gli sci dopo più di un anno di



stop forzato a causa dei continui lockdown. Anche se i numeri registrati allora erano ancora ben lontani dai valori medi dell'era pre-pandemica, il calo fisiologico di presenze non aveva comunque superato il 10% nonostante la quasi totale assenza di turisti stranieri. Quest'anno, archiviate le restrizioni, si prevede che torneranno anche loro, per quanto la presenza di sciatori esteri sembra avere comunque un peso alquanto relativo, dal momento che circa il 75% dei praticanti che affollano le piste italiane sono comunque autoctoni. Tra questi, la percentuale che potrebbe essere maggiormente condizionata dalle criticità, è quella dei cosiddetti sciatori di prossimità che popolano le stazioni nei weekend e che, proprio per questo, risentono più facilmente di eventuali allarmi meteo e sono più propensi alla rinuncia anche per motivi economici. Chi ha una seconda casa in montagna o ha prenotato la settimana bianca, di contro, difficilmente penserà di annullare la prenotazione. Del resto, sottolinea Macciò, *"in Italia il 'popolo della neve' conta circa 3,4 milioni di persone tra aficionados e nuove leve. Si tratta di un'utenza specifica con una capacità di spesa medio-alta, per cui la sensazione ottimistica che mi sento di poter condividere è che, con la neve giusta, questa stagione sarà più che soddisfacente"*.

*"La Sport Industry è pronta all'avvio della nuova stagione - **conclude Anna Ferrino, Presidente di Assosport** - nonostante le imprese del nostro settore combattano quotidianamente contro il caro bollette e con la paura che l'ombra della crisi economica possa in qualche modo scoraggiare la pratica. Per fortuna ottimismo e voglia di montagna sembrano prevalere. Un po' perché i grandi eventi spronano all'attività sportiva, un po' per merito delle aziende stesse del mondo neve che continuano a investire in ricerca e sviluppo e si dimostrano lungimiranti, ascoltando le richieste del mercato e assecondando le tendenze in corso, in primis il richiamo alla sostenibilità con azioni concrete di economia circolare sempre più apprezzate dai consumatori. Dal mio costante confronto con gli addetti ai lavori riporto il messaggio positivo di una filiera che si sta facendo in quattro per garantire la riuscita della stagione, sebbene i ritardi nelle consegne e i problemi di approvvigionamento non siano certo svaniti. In Italia abbiamo delle montagne stupende e non a caso siamo stati scelti come futura sede*





Olimpica e Paralimpica. Se il 2021/22 è stato l'anno della ripartenza, ora ci aspettiamo che il 2022/23 si traduca nell'anno del definitivo riscatto”.




22 dicembre 2022

Radio 105


Intervista in diretta della Presidente Ferrino alla trasmissione Kaos



Giovedì - 105 Kaos



00:00 00:00





5 gennaio 2023
Milano Finanza
Prima Pagina



Multa europea di 390 milioni a Meta-Facebook per gli annunci personalizzati
Capponi a pagina 11
Voli oltre i livelli pre-pandemia: il Natale record delle compagnie aeree low cost
Zoppo a pagina 7



L'abbigliamento da sci viaggia verso un +5,6% alla fine del 2022
Sulle stime Assosport per la stagione 2023/24 pesa invece l'inflazione
Guolo in MF Fashion
Anno XXXIV n. 3
Giovedì 5 Gennaio 2023
€2,00 *Classeditori*



Con MF Fashion n. 11 del 13/09/2022 €3,00 - Con MF L'Espresso n. 39 del 02/01/2023 €3,00 - Con il libro Facciamo Spazio €4,50 (€2,00 + €2,50) - Con il libro Bar Italiani n. 10 del 02/01/2023 €4,50 (€2,00 + €2,50) - Con il libro Atlante delle Banche Leader 2022 €4,50 (€2,00 + €2,50) - Spedizioni in A.P. art. 1, c. 1, L. 4894/DCB Milano - Lit. € 1,40 - Cht. 4,00 Francia € 3,00
FTSE MIB +1,74% 24.861 **DOW JONES +0,16% 33.188**** **NASDAQ +0,61% 10.451**** **DAX +2,18% 14.491** **SPREAD 201 (-9)** **€/S 1,0599**
 ** Dati aggiornati alle ore 21,00



5 gennaio 2023
Milano Finanza
MFFashion – pagina 19

Scenari

Assosport, lo skiwear segna un dicembre d'oro



Piste piene, negozi presi d'assalto. Per lo skiwear, l'inizio della stagione invernale prospetta un risultato da massimo storico, al pari dei tagliandi venduti nei primi giorni di apertura degli impianti. La neve scesa in maniera tempestiva ha dato ulteriore impulso all'economia del-

la montagna e le vendite di abbigliamento e attrezzature (nella foto, un adv Blizzard) procedono di conseguenza. «La stagione è lunga e le somme si potranno tirare solo dopo le settimane bianche, ma i primi dati sono molto positivi», ha dichiarato a MFF Anna Ferrino, presidente di Assosport, associazione che raggruppa oltre 120 aziende e 300 brand, con 9.300 addetti, per un fatturato aggregato di 4,5 miliardi di euro. Le previsioni iniziali indicavano un +5,6% di fatturato per il 2022 ma non è esclusa una revisione al rialzo, anche perché Ferrino evidenzia: «È cambiato lo stile di vita, i capi tecnici e sportivi si utilizzano anche in città e quando lo sport riesce a imporsi in un contesto urbano, i numeri crescono di conseguenza». Inflazione e perdita di potere di spesa pesano sulle stime per la stagione 2023-24, ma in Assosport non manca la fiducia: «Un contributo potrebbe arrivare dal turismo internazionale». (riproduzione riservata)

Andrea Guolo

News

a cura Flavia Iride e Anna Servile

Sweeney nuova star di Armani beauty

«Sono stato colpito dall'energia e dalla freschezza che si riflettono nel suo sorriso. Ha determinazione e talento ed è tra le giovani attrici, una delle più versatili e magnetiche. Tutto questo la rende perfetta per lo spirito di My way, l'idea di una femminilità libera e al contempo profonda». Così Giorgio Armani ha definito Sydney Sweeney, annunciandola nuovo volto di Armani beauty per le fragranze My way. L'attrice sarà infatti protagonista della campagna (nella foto) del nuovo My way parfum, realizzata dal fotografo Dario Catellani e dal regista Lindstroem. Il marchio svela così una nuova declinazione dei profumi della sua linea. Coerente con la visione della bellezza secondo il brand, Sweeney sarà anche il volto del make-up Armani beauty.



La ceo di Victoria's secret rassegna le dimissioni

Victoria's secret si prepara a un nuovo passaggio di testimone. Il brand di lingerie ha infatti reso noto che la ceo Amy Hauk ha rassegnato le proprie dimissioni a meno di un anno dalla sua nomina. La manager lascerà l'incarico a marzo e sarà sostituita da Martin Waters. Il marchio statunitense (nella foto un adv) da qualche anno ha perso il suo appeal e nei mesi scorsi il titolo, quotato al Nyse, ha subito una perdita di valore di oltre il 50%.



L'Oréal svela due dispositivi tecnologici per la cosmesi

L'Oréal Paris investe ancora nello sviluppo tech. Il colosso della cosmesi francese ha presentato al Ces 2023, l'evento internazionale dedicato all'innovazione digitale, Hapta e L'Oréal brow magic, due nuovi prototipi tecnologici che ampliano l'accesso all'espressione della bellezza. Hapta è il primo applicatore di make-up computerizzato, portatile e ultra preciso, progettato per soddisfare le esigenze di bellezza delle persone con mobilità ridotta di mani e braccia. L'Oréal brow magic, invece, è un dispositivo self-made in grado di disegnare le sopracciglia (nella foto, un mascara) adatte al proprio volto in pochi secondi.



H&M arriva su Roblox con Loooptopia



H&M (nella foto, un adv) sbarca su Roblox con Loooptopia, un gioco immersivo che consente ai giocatori di sperimentare con materiali e modelli e creare un guardaroba per il loro avatar. Il game, nato dalla collaborazione con Dubit, accelera la presenza nel metaverso dell'azienda e risponde all'esigenza di un pubblico sempre più immerso in spazi virtuali. Il gioco propone un'esperienza 3d che include interazioni sociali, mini giochi, sessioni di styling e mondi alternativi per fare sperimentare agli utenti la propria identità digitale e conoscere la moda e la circolarità. Gli utenti possono modellare il loro avatar con abiti personalizzati e completarli con accessori, musiche e scenografie. Possono anche incontrarsi con gli avatar di altri utenti per scambiare vestiti e scattare selfie. L'obiettivo del colosso svedese della moda fast fashion è incoraggiare la generazione emergente di nativi digitali ad esprimersi attraverso la moda sia online che offline. (riproduzione riservata)



5 gennaio 2023

www.mffashion.com

<https://www.mffashion.com/news/livestage/tutto-esaurito-in-montagna-dicembre-d-oro-per-lo-skiwear-202301041600196572>



ABBONATI SUBITO

Tutto esaurito in montagna, dicembre d'oro per lo skiwear

Il ritorno di massa sulle piste rilancia il comparto da 4,5 miliardi di ricavi. E le previsioni iniziali di Assosport di un +5,6% per il 2022 potrebbero ora essere riviste al rialzo

di Andrea Guolo

Mff - Numero 003 pag. 18 del 05/01/2023



Una campagna Blizzard (courtesy Tecnica group)

Piste piene, negozi presi d'assalto. Per lo skiwear, l'inizio della stagione invernale prospetta un risultato da massimo storico, al pari dei tagliandi venduti nei primi giorni di apertura degli impianti (102 mila per il consorzio **Dolomiti superski** nella sola data dell'8 dicembre, 8 mila in più del

precedente record del 2005). La neve scesa in maniera tempestiva ha dato ulteriore impulso all'economia della montagna e le vendite di abbigliamento e attrezzature procedono di conseguenza. «Il ponte dell'Immacolata e il Natale sono la prima importante finestra di una stagione che però è lunga, e le somme si potranno tirare solo dopo le settimane bianche, ma i primi dati sono molto positivi», ha dichiarato a **MFF Anna Ferrino**, presidente di **Assosport**, associazione che raggruppa oltre 120 aziende e 300 brand, con 9.300 addetti, per un fatturato aggregato di 4,5 miliardi di euro.



Le previsioni iniziali indicavano un +5,6% di fatturato per il 2022 ma non è esclusa una revisione al rialzo, anche perché Ferrino evidenzia: «È cambiato lo stile di vita, i capi tecnici e sportivi si utilizzano anche in città e quando lo sport riesce a imporsi in un contesto urbano, i numeri crescono di conseguenza». Inflazione e perdita di potere di spesa pesano sulle previsioni per la stagione 2023-24, ma in Assosport non manca la fiducia: «Un contributo potrebbe arrivare dal turismo internazionale. I tour operator hanno rilanciato i programmi per la montagna, precedentemente cancellati per l'incertezza sulle aperture, e stanno aumentando i charter della neve. L'impatto degli stranieri può diventare un booster di crescita per lo shopping».

Alberto Zanatta, presidente di **Tecnica group**, allarga l'orizzonte dall'arco alpino alle località sciistiche americane, che hanno anticipato l'apertura a inizio novembre, e le attrezzature sono andate a ruba. «A livello globale, è stato un anno molto complesso per le consegne», ha affermato Zanatta. «La stagione precedente si era chiusa con scorte azzerate e i negozianti avevano fatto ordini importanti per le consegne di settembre. I vari fattori esogeni hanno in parte compromesso il flusso regolare della supply chain e non tutti i produttori sono riusciti a gestire le tempistiche. Il nostro gruppo è riuscito a consegnare per tempo e ne ha tratto beneficio». Tecnica group, a cui fanno capo i brand **Tecnica**, **Moon boot**, **Nordica**, **Lowa**, **Blizzard** e **Rollerblade**, stima una chiusura 2022 oltre i 500 milioni di ricavi contro i 466 dell'esercizio precedente, con possibili sorprese positive derivanti dal fattore cambio. Per il 2023, il gruppo ha fissato un budget cautelativamente in linea con l'anno appena concluso ma Zanatta afferma: «Se la stagione dovesse continuare così, potremmo andare oltre». Intanto non si fermano l'innovazione di prodotto e gli investimenti in sostenibilità, ambito nel quale Tecnica ha avviato il progetto Recycle your boots per recuperare e trasformare i materiali degli scarponi dismessi dai consumatori.



Nell'ambito più urban, il clima mite di ottobre ha invece frenato il sell out, come evidenzia **Raffaele Corsaro**, designer di **Ciesse piumini**, precisando: «Stiamo facendo un importante lavoro di segmentazione della collezione, soprattutto dal punto di vista dei pesi e dei volumi, a seconda del mercato di riferimento italiano e non solo, per cui ci riteniamo comunque soddisfatti». A **Pitti immagine uomo**, l'azienda si presenterà la prossima settimana con una capsule legata alla montagna che racconta una visione contemporanea dei piumini Ciesse anni 80: «Questo è solo il primo capitolo, ma abbiamo intenzione di continuare il nostro percorso raccontandoci attraverso capi che strizzano l'occhio ai giovani, pur rimanendo fedeli all'autentico dna del brand», ha concluso il creativo. (riproduzione riservata)