



27 aprile 2022

Neveitalia.it

<https://www.neveitalia.it/materiali/aziende/news/assosport-la-stagione-invernale-per-la-sport-industry-italiana-si-chiude-con-un-bilancio-decisamente-positivo>

Prima ancora che cominciasse, l'avevano già ribattezzata la **stagione sciistica della "ripartenza"** e ora che sta volgendo al termine, è finalmente possibile tracciare un primo bilancio sul suo andamento effettivo. Da marzo 2020 e fino a tutto il 2021, l'emergenza Covid aveva di fatto azzerato ogni attività, imponendo una chiusura prolungata pesantissima per l'economia del settore. **Salutato come l'anno della rinascita, il 2022 non ha deluso le aspettative** e, al netto di alcune criticità, si segnala per il trend decisamente in salita rispetto agli ultimi due anni.



«Siamo molto soddisfatti per l'andamento della stagione – afferma Corrado Macciò, Presidente di Pool Sci Italia e Consigliere di Assosport, Associazione Nazionale fra i produttori di articoli sportivi per oltre 120 aziende in Italia, 300 brand, 9.300 addetti e un



fatturato aggregato di 4,5 miliardi di euro – Più o meno tutte le aziende parlano di risultati gratificanti. Del resto, venivamo da due anni di “buio” e la voglia di tornare in pista si era fatta sentire già in autunno, quando abbiamo riaperto gli ordinativi, con una significativa richiesta di prodotti da parte dei negozianti che poi hanno effettivamente venduto gran parte della merce, compresa quella rimasta in magazzino durante i periodi di chiusura forzata. Da segnalare anche un buon incremento della domanda di attrezzature entry level, segno che agli appassionati di vecchia data si sta via via affiancando una nuova leva di sciatori desiderosi di scoprire le discipline sportive invernali».

Anche l'**Associazione degli Imprenditori Funiviari (ANEF)** ha stilato un resoconto complessivamente positivo della stagione, soprattutto se rapportato alle prospettive iniziali: il **calo fisiologico di presenze rispetto all'era pre-covid**, infatti, quest'anno **si è assestato tra il 2 e il 10%**.

«Il Covid ha fatto saltare molti schemi – chiosa ancora Macciò – e ora il conflitto in Ucraina ci pone di fronte a nuove sfide. Le incognite legate ai rincari energetici e alle difficoltà di approvvigionamento ci impediscono di fare qualsiasi previsione per il futuro, perché le variabili in gioco sono troppe e tutte imprevedibili purtroppo. Possiamo solo sperare che la situazione migliori e che anche il prossimo anno si confermi in ascesa come questo. Indubbiamente si è trattato di una stagione “anomala”, caratterizzata da flussi altalenanti: abbiamo assistito a un picco incredibile di presenze sotto Natale, seguito da una



decisa flessione nel mese di gennaio dovuta all'inasprirsi dei contagi e da una nuova ripresa tra febbraio e marzo, ma il bilancio finale ci invita a essere ottimisti».

Un'ulteriore spinta alla ripartenza l'hanno data di riflesso, proprio tra febbraio e marzo, anche i Giochi Olimpici invernali. *«La copertura mediatica delle Olimpiadi – prosegue Macciò – ha sicuramente riaccessso l'interesse degli italiani verso gli sport invernali, contribuendo a far conoscere anche discipline come il curling, tradizionalmente meno seguite. Tuttavia il fatto che i giochi si svolgessero di notte è stato un po' penalizzante. Da questo punto di vista, abbiamo invece grandi aspettative per Milano-Cortina 2026 che rappresenterà un'occasione imperdibile per le nostre aziende».* A tal

proposito, nelle scorse settimane proprio la **Fondazione Milano Cortina 2026 e Confindustria Servizi** hanno siglato un **Memorandum of Understanding** che tragherà il paese verso le prossime Olimpiadi con l'obiettivo di **stimolare le aziende a mettersi in gioco** per sfruttare appieno le enormi potenzialità offerte, in termini di marketing e di visibilità, dalla competizione. Se dunque da un lato **le imprese** guardano al futuro, dall'altro **raccogliono i frutti dei traguardi appena conquistati.** La manifestazione iridata di Pechino ha premiato la nostra *sport industry* con ben **40 medaglie**, di cui **13 ori, 12 argenti e 15 bronzi**, ripartiti nelle varie discipline.



«Ancora una volta le aziende dello sport system, che ho l'onore di rappresentare, escono vincitrici da una competizione internazionale. – dichiara Anna Ferrino, Presidente di Assosport – È un gran risultato e la testimonianza

che il Made in Italy c'è e funziona». Diverse le aziende associate ad Assosport **che hanno “gareggiato” in Cina**. Tra queste figurano nomi noti del calibro di **Briko, Cober, EnergiaPura, Dainese, Extreme Winter, Gabel, Kask, Mico, Rudy Project, Salice e Tecnica Group**.

Un'indagine, recentemente condotta dal Dipartimento di Scienze Economiche e Aziendali dell'Università di Padova tra le aziende associate ad Assosport, ha evidenziato del resto come **metà delle imprese chiamate a rispondere al sondaggio sia attiva per oltre il 50% delle azioni in cui è possibile declinare l'impegno in ottica di “sostenibilità sociale e ambientale”** con pratiche virtuose messe in atto in tutta la filiera produttiva che spaziano dalla riduzione delle emissioni (56%), alla diminuzione dell'utilizzo di sostanze chimiche (55%), passando per il contenimento degli scarti (33%).

«E' il segno tangibile che l'Italia dello sport è già molto avanti sul fronte della transizione ecologica e che la scelta di svolgere proprio in Italia i prossimi giochi olimpici invernali non poteva essere più felice». – **ha puntualizzato la Presidente Ferrino**.



Soddisfatti della stagione anche i noleggiatori, che **in un sondaggio condotto dall'osservatorio Prowinterlab** ha evidenziato come **l'80% degli intervistati si sia dichiarato soddisfatto della stagione appena conclusa** definendola nella media o addirittura sopra le attese.