13 novembre 2020
Pambianco News
www.pambianconews.com

Assosport, Ferrino eletta presidente

13 Novembre 2020 di Redazione

Anna Ferrino

Anna Ferrino è la nuova presidente di **Assosport**, l'Associazione Nazionale fra i Produttori di Articoli Sportivi che raccoglie 120 aziende in tutta Italia per oltre 300 brand, 9.300 addetti, per un fatturato aggregato che sfiora i 5miliardi di euro, pari quasi al 40% del totale messo a segno nel 2019 da tutta l'industria italiana dello sport. Ferrino, AD dell'azienda **Ferrino & C. Spa** attiva nel campo della produzione di attrezzatura e abbigliamento per l'outdoor, riceve il testimone dal presidente uscente **Federico De Ponti**, founder e CEO di **Boxeur Des Rues**. "L'epoca che stiamo vivendo ha imposto alle aziende dello sport una rilettura del proprio modello di business", ha spiegato la neo eletta presidente. "La chiave? Interpretare le difficili sfide lanciate dalla pandemia come un'opportunità di crescita, una spinta all'acceleratore sulla strada della modernizzazione e della digitalizzazione, della ricerca e dell'innovazione. Processi di certo non nuovi, che dalla vendita risalgono fino alla produzione, a cui il Covid ha fatto da moltiplicatore".

A proposito della digitalizzazione, Assosport e il **Digital Enterprise Lab dell'Università Ca' Foscari di Venezia** hanno costituito l'osservatorio '**Digitale e sport'** così da fotografare l'attuale grado di maturità digitale delle aziende che operano nel mondo dello sport e le relative conseguenze sul business. "Del campione analizzato, il 66% ha già affrontato o sta affrontando un percorso di trasformazione digitale nella propria azienda e un altro 16% lo ha pianificato", ha riassunto il professore **Giovanni Vaia**, direttore del Digital Enterprise Lab. "Nel 53% dei casi l'investimento si aggira tra il 2 e il 5% del fatturato aziendale. Gli investimenti ad oggi hanno interessato perlopiù canali di distribuzione online, e-commerce e marketing digitale (ma anche la costruzione di prototipi) e nel prossimo futuro coinvolgeranno direttamente il processo produttivo, dalla logistica alla trasformazione dei prodotti mediante l'utilizzo di servizi digitali, passando per la digitalizzazione della produzione". Come puntualizzato, "è proprio grazie a questa nuova struttura che le aziende sono riuscite a frenare l'onda d'urto della pandemia. Per il 53% degli intervistati, rispetto agli obiettivi di fatturato di inizio anno, il business è calato tra l'uno e il 20 per cento". Mentre, "per un buon 17% è rimasto invariato o addirittura aumentato".

Secondo l'agenzia **Cerved**, la filiera manifatturiera dello sport (ovvero le aziende produttrici di abbigliamento, calzature e articoli sportivi in Italia) potrà subire quest'anno una perdita stimata di 2,27 miliardi, la quale corrisponde al -18% rispetto al fatturato 2019, che si attestava sui 12,7 miliardi. "Nel caso di un nuovo lockdown nazionale – si legge in una nota – la perdita potrebbe superare i 3miliardi di euro (-25 per cento)".

Il prossimo anno invece, e quindi il 2021, "sarà all'insegna di una leggera crescita". Infatti, "nella migliore delle ipotesi il prossimo anno farà incassare un miliardo e 238milioni di euro in più sul 2020. Nella peggiore, poco più di un miliardo di euro".