



6 agosto 2021
MF fashion
Pagina 17

Congiuntura

Lo sportswear salta oltre il Covid

Secondo Assosport, associazione che raggruppa 120 aziende italiane per un fatturato aggregato da 5 miliardi di euro, la seconda metà dell'anno segnerà un primo recupero. Grazie anche ai recenti successi di tipo agonistico. **Andrea Guolo**

Prima la vittoria della Nazionale di calcio agli Europei, poi i trionfi alle Olimpiadi di Tokyo. Il mondo dello sportswear italiano tira un sospiro di sollievo dopo un semestre a luci ed ombre, che lascia sperare in un andamento favorevole del comparto per l'intero esercizio sulla scia dei recenti eventi sportivi. **Assosport**, associazione che raggruppa 120 aziende per un fatturato aggregato che sfiora i 5 miliardi di euro, pari a quasi il 40% dei ricavi complessivi di settore, ha reso noti a **MFF** i dati della prima metà dell'anno. «Complessivamente, è ipotizzabile per la fine del 2021 un primo recupero sulla flessione del 2020, a condizione che in autunno non ci siano ulteriori chiusure», afferma **Anna Ferrino**, presidente di Assosport. «Il nostro settore ha bisogno di certezze e di stabilità». Se la stagione saltata della montagna invernale ha infatti condizionato le vendite di giacche, scarponi e attrezzature, il bloc-

co a palestre e piscine ha determinato l'interruzione degli introiti da investire in attrezzature, con relativo impatto sui conti delle aziende specializzate. Per chi produce abbigliamento e calzature, il danno è stato meno rilevante perché c'è stato un aumento della pratica sportiva a livello individuale a casa o all'aperto. Proprio l'outdoor sta trainando il mercato dello sport, confermando un trend già emerso nel 2020 con il boom della montagna e della vita all'aria aperta. In evidenza anche il calcio e il tennis, grazie ai successi degli Europei e al risultato storico ottenuto da **Matteo Berrettini** con l'ingresso in finale a **Wimbledon**. Il mondo dello sport è comunque avviato lungo la via del recupero e i segnali sono



Una scarpa Diadora

molto positivi in casa **Diadora**. «Il fatturato è in crescita a doppia cifra e contiamo di dimenticare in fretta le difficoltà del 2020», ha dichiarato a **MFF** il presidente **Enrico Moretti Polegato**. L'azienda aveva chiuso l'ultimo esercizio fiscale a 139 milioni di ricavi e ora capta segnali di forte crescita soprattutto negli Usa, dove si punta ad arrivare entro fine anno a 9 milioni di euro. In evidenza anche il nord Europa. Diadora cresce seguendo una strategia di nicchia e basandosi su un'identità ben definita: sportività, italianità, sostenibilità. Sul versante del retail, la situazione è caratterizzata da alti e bassi. **Andrea Colzani**, ceo di **Sportit**, catena con sede a Seregno, in Brianza, evidenzia la crescente attenzione verso i

prodotti per fitness e training in generale. Colzani però evidenzia le criticità in atto per i riassortimenti. «Le difficoltà riguardano soprattutto i prodotti in plastica, in ferro, le scarpe da montagna e le biciclette, che dipendono da una filiera geograficamente sempre più lontana», afferma. «In una situazione di domanda ancora distante dai fasti pre Covid, i prezzi tendono all'aumento e per la prossima stagione si profilano rincari fino al 20%, perché i costi di movimentazione dei container sono quintuplicati». Proprio le difficoltà legate alla supply chain stanno riportando d'attualità il tema della filiera corta, come evidenziato da Ferrino. «C'è un interesse particolare verso le produzioni di prossimità e verso il pronto, ma non sarà facile attuare il reshoring in ambito sportswear, perché è stato il primo comparto ad avviare un forte ricorso alla delocalizzazione che ha compromesso buona parte della filiera». (riproduzione riservata)

MF fashion

il primo quotidiano della moda e del lusso Anno XXXIII n. 153

Direttore ed editore **Paolo Panerai** - Direttore **Stefano Roncato**

COSÌ I LUXURY STOCKS NELLE PIAZZE MONDIALI

06.08.21

Dati in dollari				Dati in euro				Dati in dollari Hong Kong				Dati in corone danesi				Dati in yen giapponesi				Dati in real brasiliani								
STATI UNITI	Prezzo ieri	Var.%	% 12m	ITALIA	Prezzo ieri	Var.%	% 12m	GERMANIA	Prezzo ieri	Var.%	% 12m	REGNO UNITO	Prezzo ieri	Var.%	% 12m	SVIZZERA	Prezzo ieri	Var.%	% 12m	FRANCIA	Prezzo ieri	Var.%	% 12m	BRASILE	Prezzo ieri	Var.%	% 12m	
Abercrombie & Fitch	35,25	2,4	283,0	Aeffe	1,97	5,1	114,4	Adidas-Salomon	316,00	-6,0	31,8	Asos	3.991,00	-0,9	2,4	Hennes & Mauritz	180,14	-0,3	27,4	Essilorluxottica	166,20	-	50,7	Alpargatas	61,18	1,4	83,4	
Amazon	3.377,85	0,7	5,4	Basicnet	4,44	-0,2	23,3	Hugo Boss	51,02	-1,9	114,6	Burberry Grp	2.182,00	1,0	64,8	Richemont	115,35	-0,3	102,0									
Canada Goose	42,72	0,6	87,1	Brunello Cucinelli	54,85	1,2	111,1	Puma	107,50	-1,1	83,0	Mulberry	320,00	6,7	88,0	Swatch I	298,50	0,9	53,5									
Capri Holdings Ltd	58,35	-	273,1	Caleffi	1,06	0,5	65,6	Zalando	92,68	-4,8	42,9	Hermes Int'l	1.335,50	0,2	93,0													
Coty	8,55	5,9	116,3	Cover 50	8,00	0,6	23,1	Inditex	28,78	0,5	27,5	Kering	778,70	-0,1	58,4													
Estee Lauder	326,53	0,2	62,3	Cap Int. Ind. Calze	0,43	3,3	9,6	Moncler	58,74	-0,1	81,4	L'Oréal	398,25	0,7	41,0													
Farfetch	47,28	-0,5	71,9	Fope	12,00	-6,3	70,2	Ovs	1,81	-0,5	102,7	Roché Bobois	29,90	3,1	98,7													
Fossil	12,23	6,2	198,3	Geox	1,15	1,4	72,9	Piquadro	2,18	-0,9	55,2	Sncp Sa	5,56	1,1	47,7													
Gap Inc	28,43	4,9	104,8	Giglio.com	4,69	-0,2	-	Salvatore Ferragamo	16,92	0,3	48,2																	
Guess	21,58	3,3	80,0	Giorgio Fedon	9,00	-	57,9	Tod's	54,70	1,5	129,6																	
Iconix Brand Grp	3,15	-	166,9	Italia Independent	1,79	-	-21,8	Zucchi	2,15	-0,5	69,3																	
Kontoor Brands	59,01	-5,1	158,7																									
L.Brands	79,92	-	213,2																									
Lululemon Athletica	414,10	0,9	21,8																									
Nike Inc	173,02	0,6	71,4																									
Pvh Corp.	107,79	1,9	110,6																									