



26 novembre 2020

La Stampa.it

www.lastampa.it

MENU



TOP NEWS

LA STAMPA

ABBONATI ACCEDI

MONTAGNA

ALPINISMO NATURA E CULTURA SPORT TURISMO

CHIARA TODESCO

PUBBLICATO IL
26 Novembre 2020

Covid e sport: “La chiave per ripartire è la trasformazione digitale”

Presentati nell'assemblea di Assosport i risultati della ricerca sulla digitalizzazione delle aziende di settore. La presidente Ferrino: “Una rivoluzione copernicana”



«Una rivoluzione copernicana»: così l'ha definita Anna Ferrino, neo eletta presidente dell'Assosport, l'Associazione nazionale Produttori di articoli sportivi. Si riferisce alla spinta alla digitalizzazione che l'emergenza Covid ha reso necessaria. Un tema questo su cui si è riflettuto durante l'assemblea generale di Assosport svoltasi l'11 novembre, durante la quale sono stati presentati i risultati della ricerca condotta dall'Osservatorio nazionale “Digitale e Sport”. «L'epoca che stiamo vivendo – ha sottolineato Anna Ferrino – ha imposto alle aziende dello sport una rilettura del proprio modello di business. La chiave? Interpretare le difficili sfide lanciate dalla pandemia come un'opportunità di crescita, una spinta sulla strada della modernizzazione, della ricerca e dell'innovazione. Processi di certo non nuovi cui il Covid ha fatto da moltiplicatore».



Lo sport in particolare sembra essere stato il precursore di questa innovazione: di questo ne sono convinti ad Assosport, un'associazione che riunisce 120 aziende in tutta Italia per oltre 300 brand, 9.300 addetti, un fatturato aggregato che sfiora i 5 miliardi di euro, pari quasi al 40 per cento del totale messo a segno nel 2019 da tutta l'industria italiana dello sport.

Se l'uscita del nuovo Dpcm aveva subito provocato la reazione da parte di Assosport («Lo sport è tutt'altro che sacrificabile. La politica dovrebbe difenderlo, anziché imporre stop o dare ultimatum»), per agganciare la ripresa la convinzione è che gli imprenditori dovranno seguire il faro della trasformazione digitale: che comporta da una parte un'internazionalizzazione dei prodotti manifatturieri e dall'altro l'arruolamento nelle aziende di giovani di talento.

Per capire a che punto si è arrivati basta leggere i dati della ricerca portata avanti dall'Osservatorio nazionale "Digitale e sport", costituito da Assosport e dal Digital Enterprise Lab dell'Università Ca' Foscari di Venezia. «Del campione analizzato – ha spiegato Giovanni Vaia, professore e direttore del Digital Enterprise Lab – è emerso che il 66% ha già affrontato o sta affrontando un percorso di trasformazione digitale nella propria azienda e un altro 16% lo ha pianificato. Nel 53% dei casi l'investimento si aggira tra il 2 e il 5% del fatturato aziendale. 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 2%. Per un buon 17% è rimasto invariato o addirittura aumentato».



Un passaggio epocale quello della digitalizzazione: ne è convinto anche Davide Dattoli, Ceo e co-fondatore di Talent Garden, la società di co-working dedicata ai talenti del digitale, intervenuto durante l'assemblea per parlare di "Innovazione e community". «Senza innovazione non avremmo potuto vivere la pandemia. Ci ha salvato il digitale – ha esordito –. Il consumatore sta cambiando. Nascono nuove imprese più velocemente che in passato e queste, grazie al digitale, rivoluzionano il mondo. La velocità del cambiamento è molto più rapida di prima, cento volte più veloce di dieci anni fa. Nei prossimi cinque anni ogni organizzazione dovrà ridefinire se stessa, adeguarsi a nuovi modelli di consumo e creare nuovi modelli produttivi. Le imprese italiane stanno affrontando un passaggio epocale».

Anche gli strumenti sono cambiati: ci sono interfacce nuove che interagiscono a livello vocale, da Google Home ad Alexa, e un esempio lo ritroviamo anche nel mondo dello sci, ai piedi degli sciatori. «Carv è il nome di una start-up interessante che aiuta lo sciatore dandogli un feedback a livello vocale – spiega ancora Dattoli –. Si tratta di un sensore da applicare allo scarponcino: mentre si scia ti dice come è andata la singola curva e cosa migliorare nel tuo stile. In pratica un corso di formazione partendo da un gadget».

E a proposito di sci e digitale: quest'inverno Ispo, la più importante fiera dello sci e degli sport invernali d'Europa che si tiene tutti gli anni a Monaco di Baviera, andrà in scena dall'1 al 5 febbraio in forma virtuale, a causa della pandemia. Niente padiglioni, ma digitalizzazione e tanta interazione: per la prima volta Ispo sarà infatti rivolta anche ai consumatori finali che avranno la possibilità di partecipare in streaming a workshop e presentazioni e dialogare con il mondo dell'industria sportiva.