


www.mffashion.com

ABBONATI SUBITO

HOME LIFESTAGE BACKSTAGE FINANZA ENGLISH THE NEXT COLLEZIONI TV MODA

Olimpiadi 2026, affare per lo sportswear

Assosport stima un incremento del 10% per le entrate delle aziende italiane nell'anno dei Giochi invernali di Milano e Cortina. Nel 2018 il settore ha incassato più di 8 miliardi (+3,4%)

 di **Andrea Guolo**

Mff - Numero 125 pag. 7 del 26/06/2019

Home » Lifestage » Olimpiadi 2026, affare per lo sportswear

 Condividi: [f](#) [t](#) [G+](#) [in](#) [e](#) [b](#)


Federico De Ponti

Si stima che l'**Olimpiade**, nell'anno in cui si disputa, possa valere un 10% di fatturato in più, per le aziende sportive del Paese ospitante. E poiché la base di partenza è già cospicua, la conquista dei giochi 2026 da parte di Milano e Cortina potrà offrire un bel contributo allo sportssystem tricolore, che a Milano si è riunito per l'assemblea annuale di **Assosport**.

Il giro d'affari 2018 dell'industria italiana dello sport ha superato gli 8 miliardi di euro, in aumento del 3,4% e con

prospettive di ulteriore incremento per l'anno in corso, in linea con l'andamento generale di un comparto che corre ad ampie falcate. «Il mercato internazionale dello sportswear vale circa 280 miliardi ed entro il 2023 sfiorerà i 400 miliardi», ha affermato **Erika Andreetta**, partner di **PwC**, illustrando durante l'evento una ricerca sul cliente sportivo e i suoi comportamenti d'acquisto. Il tasso di crescita più rilevante riguarda l'India, che nel periodo 2013-23 si svilupperà a una media annua del 22% precedendo la Cina (+12%) e l'UK (+10%), ma anche l'Italia, seppur a ritmo più lento, è in ripresa: nel 2017 è tornata ai livelli del 2013, con 6,3 miliardi di incassi tra abbigliamento e calzature sportive, che diventeranno 7,1 entro il 2023.

Intanto, gli Usa si porteranno dai 98,5 miliardi del 2018 a 129 miliardi del 2023. Un grande affare, quello della moda sportiva, che naturalmente cambia in base alle evoluzioni del consumatore tra sviluppo della sharing economy, acquisti online e comunicazione tramite social. Tornando alle aziende italiane, il motore della crescita continua a essere rappresentato dall'export che genera fino all'82% dei ricavi nel caso delle calzature sportive e con gli Usa quale principale destinazione estera davanti a Francia, Germania e UK. «Sono mercati dove si trovano consumatori maturi, che vogliono l'alto contenuto tecnologico e la qualità dei prodotti», ha evidenziato **Federico De Ponti**, presidente di Assosport.

**ACQUISTA
L'ULTIMO NUMERO**

COLLEZIONI

LIFESTAGE

26/06/2019


**CALIFORNIA DREAMING PER
ALANUI**

26/06/2019


**DAVI, SUGGERIMENTI DAI GIARDINI
ESTIVI**
CANALI
1934

 Dal 1934 Canali rappresenta
l'eccellenza nella moda
maschile
e negli abiti sartoriali da uomo.