



11 novembre 2020  
Affari Italiani  
www.affaritaliani.it

XME CONTO APRILO ONLINE INTESA SANPAOLO

**affaritaliani.it** 

Il primo quotidiano digitale, dal 1996

Conte Lockdown Contagi Coronavirus **ATTIVA LE NOTIFICHE**  FONDATARE E DIRETTORE: ANGELO MARIA PERRINO

Home > Sport > Ferrino alla guida di Assosport: "La trasformazione digitale per la ripresa"

SPORT

A<sup>-</sup> A<sup>+</sup>

Mercoledì, 11 novembre 2020 - 20:48:00

## Ferrino alla guida di Assosport: "La trasformazione digitale per la ripresa"

L'a.d. di Ferrino & C. Spa succede a Federico De Ponti, founder e CEO di Boxeur Des Rues, al timone dei produttori di articoli sportivi

Lorenzo Zacchetti



Anna Ferrino

L'Assemblea Generale 2020 di Assosport ha visto l'elezione di Anna Ferrino a nuova presidente e la presentazione dei risultati della ricerca condotta tra gli associati dall'Osservatorio nazionale "Digitale e Sport": la trasformazione digitale è la chiave per ripartire, dopo la contrazione derivata dal Covid-19.

«L'epoca che stiamo vivendo 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 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. Assosport darà agli imprenditori tutto il supporto necessario per cavalcare l'onda di questa rivoluzione copernicana», ha detto **Anna Ferrino**, neoeletta presidente dell'Associazione Nazionale fra i Produttori di Articoli Sportivi – 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.

## Chi è Anna Ferrino - nuova Presidente di Assosport

Torinese, classe 1962, Anna Ferrino è amministratore delegato dell'azienda **Ferrino & C. Spa**, che proprio quest'anno ha festeggiato 150 anni di attività nel campo della produzione di attrezzatura e abbigliamento per l'outdoor. Le sue prime esperienze lavorative la vedono impegnata nella distribuzione in Italia di tessuti sportswear della tessitura Gaillard (Gruppo Boussac Saint Freres).

Dal 1995 al 2005 ricopre il ruolo di responsabile della distribuzione sul mercato italiano del brand americano Columbia Sportswear Company. Nel 2005 entra in Ferrino, occupandosi inizialmente di business development, marketing, comunicazione e relazioni esterne, per diventarne nel 2008 amministratore delegato. Da sempre molto attiva nel ruolo di rappresentanza aziendale nell'ambito dell'Unione Industriale di Torino (dove in passato è stata, tra le altre cariche, presidente di categoria Tessili Vari), da luglio 2020 è tra i vice presidenti. Dal 2017 è vice presidente della Fondazione CRT. Dopo quattro anni nel Consiglio direttivo, oggi è la nuova presidente di Assosport.

Oltre al nuovo presidente, nel corso dell'Assemblea Generale 2020 di Assosport sono stati scelti anche i nuovi tre vice presidenti dell'associazione. Si tratta di Elisabetta Gaspari (Vagotex Windtex Spa), Carlo Boroli (Basic Net Spa) e Matteo Bramani (Vibram).

Secondo Ferrino, per agganciare la ripresa, gli imprenditori dovranno seguire il faro della **trasformazione digitale**, binario che interseca il cammino verso una ancora più massiccia internazionalizzazione dei prodotti manifatturieri e un sempre più significativo arruolamento di giovani di talento nelle aziende. Un terreno fertile, a cui Ferrino aggancia il suo programma per i prossimi due anni di attività ai vertici dell'associazione, presentato ai soci nel corso dell'Assemblea Generale 2020 di Assosport, che si è svolta oggi. A passarle il testimone, il presidente uscente **Federico De Ponti**, founder e chief executive officer di **Boxeur Des Rues**.



## La ricerca targata Osservatorio nazionale “Digitale e sport”

Digitale e sport: un connubio che funziona? Questa l'indagine svolta da “Digitale e sport”, un osservatorio nazionale costituito da Assosport e dal Digital Enterprise Lab dell'**Università Ca' Foscari di Venezia**, mirata a fotografare l'attuale grado di maturità digitale delle aziende che operano nel mondo dello sport e le relative conseguenze sul business.

Il professore **Giovanni Vaia**, direttore del Digital Enterprise Lab, riassume così quanto emerso: «Del campione analizzato, il 66 per cento ha già affrontato o sta affrontando un percorso di trasformazione digitale nella propria azienda e un altro 16 per cento lo ha pianificato. Nel 53 per cento dei casi l'investimento si aggira tra il 2 e il 5 per cento 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. È proprio grazie a questa nuova struttura che le aziende – sostiene Vaia – sono riuscite a frenare l'onda d'urto della pandemia. Per il 53 per cento degli intervistati, rispetto agli obiettivi di fatturato di inizio anno, il business è calato tra l'uno e il 20 per cento. Per un buon 17 per cento è rimasto invariato o addirittura aumentato. Gli imprenditori sono consapevoli che si tratta di un percorso che li condurrà a digitalizzare i segmenti fondamentali del loro modello di business, coinvolgendo processi interni e competenze. È qui che si gioca la loro partita nella competizione mondiale. Solo affrontandola con coraggio e fiducia centeranno il risultato».

### Scenari futuri: le previsioni (soft e hard) di Cerved

Fin qui, il presente. Ma quali scenari per le aziende dell'industria sportiva italiana? A tratteggiarli per Assosport è Cerved. Secondo l'agenzia, l'intera filiera manifatturiera dello sport (dunque, tutte le aziende produttrici di abbigliamento, calzature e articoli sportivi in Italia) quest'anno dovrà fare i conti con una perdita stimata in 2miliardi e 278milioni di euro (che corrisponde al -18 per cento rispetto al fatturato 2019, che si attestava sui 12miliardi e 690milioni di euro); nel caso di un nuovo lockdown nazionale la perdita potrebbe superare i 3miliardi di euro (-25 per cento). Il 2021 sarà all'insegna di una leggera crescita. Nella migliore delle ipotesi il prossimo anno farà incassare un miliardo e 238 milioni di euro in più sul 2020. Nella peggiore, poco più di un miliardo di euro.

### Davide Dattoli: “Un passaggio epocale”

«Le imprese italiane stanno affrontando un passaggio epocale. Sono a un giro di boa, costrette a reinventarsi e adattarsi a nuove modalità dello stesso fare impresa. La trasformazione digitale è parte sostanziale di questo mutamento e sicuramente un elemento sul quale investire. Ma ancora più necessario è investire non solo su strumenti e processi, ma sulle persone. Sono loro a essere il vero cardine di questa trasformazione». Il commento di Davide Dattoli, chief executive officer e cofounder di Talent Garden .