27 aprile 2022
Repubblica.it
https://www.repubblica.it/economia/rapporti/osserva-italia/mercati/2022/04/27/news/sport_invernali_olimpiadi_bilancio_sport_industry_italiana_vendite-347111833/

MENU | CERCA la Repubblica ABBONATI GEDI SMILE | R | ACCEDI

Bilancio positivo per l'industria degli sport invernali: aumentano le vendite, grazie anche alla spinta delle Olimpiadi



Le chiusure causate dalla pandemia avevano azzerato le attività e ridotto le presenze nelle località montane, con un forte impatto negativo sull'economia del settore. Il 2022 ha segnato l'inizio della ripresa per il comparto, ma è difficile fare previsioni per il futuro: pesano le incognite legate ai rincari energetici e alle difficoltà di approvvigionamento

27 APRILE 2022 ALLE 14:27 5 MINUTI DI LETTURA

Prima ancora che cominciasse, l'avevano già ribattezzata la stagione sciistica della "ripartenza" e ora che sta volgendo al termine, è finalmente possibile tracciare un primo **bilancio sul suo andamento effettivo.** Da marzo 2020 e fino a tutto il 2021, l'emergenza **Covid** aveva di fatto azzerato ogni attività, imponendo una chiusura prolungata pesantissima per l'economia del settore. Salutato come l'anno della rinascita, il **2022** non ha deluso le aspettative e, al netto di alcune criticità, si segnala per il **trend decisamente in salita rispetto agli ultimi due anni.**

Osserva Italia

Il rapporto sui consumi
Un'iniziativa di Affari & Finanza in collaborazione con Conad e Nielsen

A&F CONAD

LE RUBRICHE

"Siamo molto soddisfatti per l'andamento della stagione – afferma **Corrado Macciò**, presidente di **Pool Sci Italia** e consigliere di **Assosport**, associazione nazionale fra i produttori di articoli sportivi per oltre 120 aziende in Italia, 300 brand, 9.300 addetti e un fatturato aggregato di 4,5 miliardi di euro – Più o meno tutte le aziende parlano di risultati gratificanti. Del resto, venivamo da due anni di 'buio' e la voglia di tornare in pista si era fatta sentire già in autunno, quando abbiamo riaperto gli ordinativi, con una significativa richiesta di prodotti da parte dei negozianti che poi **hanno effettivamente venduto gran parte della merce**, compresa quella rimasta in magazzino durante i periodi di chiusura forzata. Da segnalare anche un **buon incremento della domanda di attrezzature entry level**, segno che agli appassionati di vecchia data si sta via via affiancando una nuova leva di sciatori desiderosi di scoprire le discipline sportive invernali".

Alle parole di Macciò fa eco l'**Associazione degli imprenditori funiviari** (Anef), attraverso la voce del suo presidente **Valeria Ghezzi**, che a sua volta ha stilato un resoconto complessivamente positivo della stagione, soprattutto se rapportato alle prospettive iniziali: il calo fisiologico di presenze rispetto all'era pre-covid, infatti, quest'anno si è assestato tra il 2 e il 10%, un risultato che la stessa Ghezzi non ha esitato a definire "più che accettabile" e che profuma di ripresa. La gente è tornata ad affollare le **località montane**, prediligendo in particolare la **zona appenninica** che meglio si presta a forme di turismo last minute, e questo nonostante l'obbligo di green pass che comunque non ha fermato

il “popolo della neve” (poche le infrazioni registrate in tal senso).

La pandemia, pur se in misura molto minore rispetto al biennio passato, ha continuato a mordere e, soprattutto all’inizio dell’anno, diverse famiglie, bloccate in quarantena, sono state costrette a rinunciare alla tradizionale settimana bianca. Ora che la stretta del virus si sta allentando, le **incognite** derivano – precisa ancora Anef – unicamente da fattori esterni (uno su tutti, l’**anomala scarsità di precipitazioni** che ha caratterizzato questo inverno) e dalla **difficile situazione economica** che stiamo vivendo. Una soluzione potrebbe arrivare dalla “destagionalizzazione” che consentirebbe di allungare la stagione di frequentazione della montagna dagli attuali 6 mesi a 7/8 mesi, immaginando un’inversione di rotta che introduca anche in Italia le cosiddette “vacanze scaglionate”, piuttosto in voga all’estero.

"Il Covid ha fatto saltare molti schemi – chiosa ancora Macciò – e ora il **conflitto in Ucraina** ci pone di fronte a nuove sfide. Le incognite legate ai **rincari energetici** e alle **difficoltà di approvvigionamento** ci impediscono di fare qualsiasi previsione per il futuro, perché le variabili in gioco sono troppe e tutte imprevedibili purtroppo. Possiamo solo sperare che la situazione migliori e che anche il prossimo anno si confermi in ascesa come questo. Indubbiamente si è trattato di una stagione 'anomala', caratterizzata da flussi altalenanti: abbiamo assistito a un picco incredibile di presenze sotto Natale, seguito da una decisa flessione nel mese di gennaio dovuta all’inasprirsi dei contagi e da una nuova ripresa tra febbraio e marzo, ma il bilancio finale ci invita a essere ottimisti".

Un'ulteriore spinta alla ripartenza l'hanno data di riflesso, proprio tra febbraio e marzo, anche i **Giochi Olimpici invernali**. "La copertura mediatica delle Olimpiadi – prosegue Macciò – ha sicuramente **riacceso l'interesse degli italiani verso gli sport invernali**, contribuendo a far conoscere anche discipline come il **curling**, tradizionalmente meno seguite. Tuttavia il fatto che i giochi si svolgessero di notte è stato un po' penalizzante. Da questo punto di vista, abbiamo invece grandi aspettative per **Milano-Cortina 2026** che rappresenterà un'occasione imperdibile per le nostre aziende".

A tal proposito, nelle scorse settimane proprio l**a Fondazione Milano Cortina 2026** e **Confindustria Servizi** hanno siglato un Memorandum of Understanding che traghetterà il paese verso le prossime Olimpiadi con l'obiettivo di stimolare le aziende a mettersi in gioco per sfruttare appieno le enormi potenzialità offerte, in termini di marketing e di visibilità, dalla competizione. Se dunque da un lato le imprese guardano al futuro, dall'altro raccolgono i frutti dei traguardi appena conquistati. La manifestazione iridata di Pechino ha premiato la nostra **sport industry con ben 40 medaglie**, di cui 13 ori, 12 argenti e 15 bronzi, ripartiti nelle varie discipline.

"Ancora una volta le aziende dello sport system, che ho l'onore di rappresentare, escono vincitrici da una competizione internazionale – dichiara **Anna Ferrino**, presidente di Assosport – È un gran risultato e la testimonianza che il Made in Italy c'è e funziona". Diverse le aziende associate ad Assosport che hanno "gareggiato" in Cina. Tra queste figurano nomi noti del calibro di Briko, Cober, EnergiaPura, Dainese, Extreme Winter, Gabel, Kask, Mico, Rudy Project, Salice e Tecnica Group.

Briko, marchio storico di riferimento per sci e ciclismo, oltre a caschi e modelli già collaudati, ha presentato la nuova maschera GARA 8.8 FIS, che garantisce il 100% di protezione dai raggi UV ed è stata studiata per ottimizzare i tempi di reazione grazie alla sua tecnologia all'avanguardia. Novità anche in casa **Kask**: l'azienda bergamasca, a sua volta leader per i settori bike e ski, ha approfittato delle Olimpiadi per lanciare Omega, primo casco in carbonio caratterizzato da un elevato livello di aerodinamicità, che verrà ufficialmente commercializzato soltanto nel prossimo mese di ottobre. A indossarlo in esclusiva gli "azzurri" Jole Galli, Lorenzo Sommariva, Lucrezia Fantelli e Michela Moioli, argento nello snowboard cross a squadre miste.

Anteprima anche per il modello Queen G di **Cober** sfoggiato da Silvia Bertagna. Sempre in tema di sicurezza non potevano mancare la trevigiana **Rudy Project**, che da sola ha raccolto ben 29 medaglie, e **Dainese** che, oltre alla già citata Michela Moioli, ha fornito airbag e sistemi di protezione a Omar Visentin (argento nello snowboard cross a squadre miste insieme alla Moioli e bronzo nello snowboard cross individuale), a Sofia Goggia, argento nella discesa libera, e all'austriaco Matthias Mayer, oro in Super G e bronzo in discesa libera, entrato nella storia per essere riuscito nell'impresa di salire per tre volte sul gradino più alto del podio in tre olimpiadi consecutive diverse.

Per quanto riguarda accessori e calzature, **Gabel** è scesa in campo con la sua vastissima gamma di bastoncini da gara, come pure la lombarda Cober mentre **Tecnica Group**, con il marchio Tecnica, ha firmato gli scarponi di tre campioni premiati con l'oro: lo svedese Walter Walberg (in freeski moguls), la svizzera Mathilde

Gremaud (in freeski slopestyle, nonché bronzo in freeski Big Air) e il connazionale Ryan Regez (in skicross). Infine, il comparto abbigliamento ha potuto contare sulla partecipazione di **Mico, Extreme Winter**, che ha vestito la campionessa slovacca Petra Vilhova, oro nello slalom, con le sue tute da gara, ed **EnergiaPura**, che oltre ai dispositivi di protezione e all'innovativo tessuto cut-resistant, ha esibito una serie di capi interamente realizzati con materiali riciclati e riciclabili. Proprio la presenza dell'azienda vicentina, che fin dal nome declina la propria filosofia improntata al rispetto e alla sostenibilità ambientale, ha ricoperto un ruolo simbolico, lanciando un forte messaggio in vista dei giochi di Cortina 2026, già da molti ribattezzati come la "prima manifestazione Olimpica totalmente green della storia".

Un'indagine, recentemente condotta dal Dipartimento di Scienze Economiche e Aziendali dell'Università di Padova tra le aziende associate ad Assosport, ha evidenziato del resto come metà delle imprese chiamate a rispondere al sondaggio sia attiva per oltre il 50% delle azioni in cui è possibile declinare l'impegno in ottica di "sostenibilità sociale e ambientale" con pratiche virtuose messe in atto in tutta la filiera produttiva che spaziano dalla **riduzione delle emissioni** (56%), alla **diminuzione dell'utilizzo di sostanze chimiche** (55%) , passando per il **contenimento degli scarti** (33%). "E' il segno tangibile che l'Italia dello sport è già molto avanti sul fronte della transizione ecologica e che la scelta di svolgere proprio in Italia i prossimi giochi olimpici invernali non poteva essere più felice", ha puntualizzato la presidente Ferrino.

Infine, qualche dato sul **noleggio**: nei giorni scorsi a **Bolzano** si è tenuta l'edizione 2022 di **"ProWinter Season Finale"** che a sua volta ha ospitato lo **"Ski Rental Summit"**. Durante l'evento sono stati diffusi i risultati di un sondaggio condotto dall'osservatorio Prowinterlab tra i noleggiatori di attrezzatura sportiva, dal quale è emerso come l'80% degli intervistati si sia dichiarato soddisfatto della stagione appena conclusa definendola nella media o addirittura sopra le attese, mentre il 21% di loro ha fatto registrare una crescita del giro d'affari variabile tra il 10 e il 30% inficiata solo, in alcuni casi, da una minore affluenza di turisti stranieri a causa dell'emergenza sanitaria ancora in corso.