29/01/2017
Il Sole 24 Ore
Sport & business

Sport&Business

TUTTI I NUMERI DELLO SPORT
#SPORTSYSTEM #OUTDOOR #BICI

IL SETTORE
900
Le aziende che realizzano articoli sportivi in Italia


Casco bimbo Carrera Pepe

BICI E ACCESSORI
1,2 miliardi
Il giro d'affari del comparto che conta tremila produttori

«Made in Italy» big dello Sport System, un gioiello che vale 8 miliardi all'anno

L'export dell'industria sportiva tricolore assorbe il 60%, bici e outdoor in prima fila

PAGINA A CURA DI
Marco Bellinazzo

L'industria sportiva italiana non cede di un passo davanti alla recessione e in questi anni ha incrementato, a dispetto della congiuntura negativa, il suo giro d'affari. Adesso è il momento di ottenere un riconoscimento più ampio del proprio valore e delle proprie peculiarità dalle istituzioni italiane, come sta avvenendo in Europa attraverso i canali della Commissione europea per la creazione, tra le altre cose, di efficaci strumenti di controllo e di difesa dai falsi.

Fatturato e addetti

L'industria sportiva continentale è rappresentata dalla Fesi (Federation of the European Sporting Goods Industry) presieduta da Luca Businaro (si veda l'intervista in pagina) che raggruppa un totale di circa 1.800 aziende con un fatturato di circa 66 miliardi e in modo diretto e indiretto 650mila dipendenti per la creazione di efficaci strumenti di controllo e di difesa dai falsi.

Il fatturato del settore Sport in Europa vale circa il 2,7% del Pil europeo e rappresenta il 17% della spesa alimentare nell'Unione. Il settore genera inoltre in modo indiretto un fatturato di circa tre miliardi di euro per le costruzioni (impianti sportivi) e dai 12 ai 15 milioni di viaggi per turismo sportivo.

Lo Sport System italiano ha un punto di riferimento territoriale nel distretto di Montebelluna e di governance in Assosport, l'Associazione dei produttori di articoli sportivi, che riunisce oltre 300 brand di abbigliamento, calzature e attrezzatura dello sport distribuiti sul territorio nazionale. L'associazione, fondata nel 1958, ha intrapreso dal 2002 un processo di rilancio con una convention nazionale che ne ha rinnovato i principi direttivi e la mission.

L'associazione catalizza gli storici punti di forza dell'imprenditoria sportiva tricolore, dal know-how alla vocazione all'eccellenza, dal design alla ricerca della qualità.

Gli addetti delle 130 associate di nel 2015 erano oltre 13mila unità, con un fatturato aggregato di 4,5 miliardi (+ 2,6% sull'anno precedente), pari al 60% del fatturato aggregato totale di circa 8 miliardi delle oltre 900 aziende che producono articoli sportivi in Italia.

Tutte risentono di limiti dimensionali che in un sistema globale in cui si sono formati colossi con fatturati enormemente superiori, restringe gli spazi di concorrenza. Eppure prodotti di qualità che sanno coniugare eleganza e rendimento tecnico, associati a brand riconoscibili, permettono alle aziende della Penisola di conseguire il 60/70% dei loro introiti con le esportazioni (in aumento nel 2015 del 9,8% rispetto al 2014).

Outdoor

Uno dei settori maggiormente in crescita è l'outdoor. Si contano oltre 200 aziende specializzate nella progettazione e nella realizzazione di articoli sportivi per questo mercato. L'Italia è tra i principali Paesi europei per fatturato, dietro a Germania, Inghilterra e Francia.

L'outdoor in Europa e in Italia è in costante ascesa da diversi anni. Dopo incrementi importanti (+5/10%) fino al 2011, il mercato italiano ha relativamente stabilizzato la crescita nel periodo 2013-2015. E per il triennio 2016-18 le previsioni sono di un ulteriore consolidamento e aumento del mercato.

Dal 4 al 5 ottobre 2017 per altro l'Italia ospiterà l'European Outdoor Summit, evento che in pochi anni è diventato il punto di riferimento europeo nel comparto delle discipline sportive praticate all'aperto.

LA PAROLA CHIAVE

Outdoor

«Il mondo dell'outdoor racchiude tutte le attività sportive e del tempo libero praticate generalmente all'aperto. Tra queste ci sono, ad esempio, il ciclismo, la canoa, il canyoning, il caving, la pesca sportiva, l'hiking (attività motoria simile all'escursionismo), l'horseback, il riding, il trekking, il kayaking, il mountaineering, il rock climbing, il running, il sailing, lo skiing e il surfing.

Bici

Altro settore in cui si registrano numeri importanti è quello della bicicletta che in Italia vale oltre 1,2 miliardi di euro con più di tremila aziende produttrici e circa 10mila lavoratori occupati. L'export vale oltre 600 milioni di euro. In particolare è il comparto della componentistica e degli accessori a rappresentare l'eccellenza sia in termini di fatturato che di qualità della produzione made in Italy.

Tra i nuovi fenomeni va segnalato l'exploit delle biciclette a pedalata assistita (+10%), un ambito che ad oggi è di nicchia, ma che presenta grandi potenzialità.

Ispo

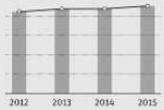
All'Ispo, la più importante fiera dello sport business, in programma a Monaco di Baviera dal 5 all'8 febbraio prossimi saranno presenti circa 200 espositori italiani del settore neve.

All'Ispo saranno esposte le novità per la stagione 2017/18. Il mercato in Italia soffre la mancanza di neve ma grazie all'export registra numeri positivi (il mercato italiano vale mediamente il 35/40% del fatturato totale).

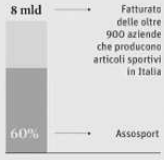
La parola chiave anche in questo contesto è innovazione: le aziende italiane investono molto in ricerca e sviluppo e puntano a proporre al mercato un prodotto che possa essere vincente per materiali, design e tecnologia.

Il perimetro

IL FATTURATO
Dato aggregato associate di Assosport. In miliardi di euro



IL GIRO D'AFFARI
In euro



L'EXPORT





SETTORI MERCEOLOGICI

Assosport include aziende che producono e/o distribuiscono articoli per tutte le discipline sportive con una forte presenza dei settori winter, outdoor e team sport. All'interno dell'associazione sono stati creati quattro gruppi merceologici, ognuno con un proprio presidente e progettualità specifica.
Dal 4 al 5 ottobre l'Italia ospiterà l'European Outdoor Summit, evento che in pochi anni è diventato il punto di riferimento europeo e mondiale in questo comparto



OUTDOOR

Sono oltre 200 le aziende che producono articoli sportivi per questo mercato. Si tratta del quinto Paese europeo per fatturato del settore, dietro a Germania, Inghilterra e Francia. L'Outdoor in Europa e in Italia è in costante crescita da diversi anni. Dopo incrementi importanti (+5/10%) fino al 2011, il mercato italiano ha relativamente stabilizzato la crescita (2013-2015). Per il triennio 2016-18 le previsioni sono di un ulteriore consolidamento e aumento del mercato. outdoor



BICI

In Italia il comparto bici vale oltre 1,2 miliardi di euro con più di tremila aziende produttrici coinvolte e circa 10mila lavoratori occupati. L'export vale oltre 600 milioni di euro.
Il settore di componentistica e accessori rappresenta l'eccellenza in termini di numeri e qualità della produzione made in Italy.
Da segnalare l'exploit delle biciclette a pedalata assistita (+10%), un comparto che ad oggi è di nicchia, ma che presenta grandi potenzialità



ISPO MONACO

All'Ispo di Monaco in Germania, in programma dal 5 all'8 febbraio 2017 saranno presenti 200 aziende italiane del settore neve. L'Ispo è la più importante fiera di settore e consente di presentare le novità per la stagione 2017/18.
Il mercato in Italia soffre la mancanza di neve ma grazie all'export registra numeri positivi (il mercato nazionale infatti vale mediamente il 35/40% del fatturato totale).

Fonte: elaborazione Il Sole 24 Ore su dati Assosport e Cerved

INTERVISTA | **Luca Businaro** | Presidente Assosport e Fesi

«L'innovazione è il nostro brand»

«Nonostante un ciclo economico negativo che dal 2008 ha coinvolto tutti i settori, l'industria sportiva italiana ha continuato a crescere. Certo, non abbiamo più registrato tassi del sette-otto per cento come prima della crisi, ma abbiamo avuto comunque performance positive dell'1,7, 1,8% in controtendenza rispetto al Pil nazionale. C'è stata una concentrazione di operatori, ma i brand non sono spariti, nè è calata l'occupazione che conta 7-8mila addetti».

Luca Businaro, presidente di Assosport dal 2010, rivendica con orgoglio la forza dello Sport System tricolore, distretto che ha eletto a Montebelluna, in provincia di Treviso, il proprio territorio di riferimento.

A Montebelluna ha sede anche la sua Novation Tech, che con un fatturato di 26 milioni è leader italiano nella produzione di articoli in materiale composito per il settore Sport, Auto e Occhialeria. Ma cosa ha permesso alla sua e alle altre realtà dell'industria sportiva italiana di non subire il rallentamento produttivo generale?

Le caratteristiche stesse delle nostre aziende che sono votate a innovare e ad esportare i propri prodotti. Vede, i materiali si trovano ovunque, ma la ricerca e la capacità di inventare sempre nuove soluzioni tecniche, no. È un patrimonio delle persone, è la creatività del made in Italy che noi tentiamo di valorizzare. E ci risuciamo se è veroche quasi due terzi del nostro fatturato, complessivamente pari a 7,5-8 miliardi, senza considerare l'indotto e il retail, viene realizzato all'estero.

«Esportiamo in Francia, Germania, Inghilterra e Usa. Cruciali anche Corea e Giappone»

Il know how italiano ha pochi rivali, eppure in alcune aree abbiamo perso la leadership. I nostri campioni non sono stati capaci di competere con colossi globali come Nike e Adidas.

È vero. Non c'è partita sulle produzioni di massa. Abbiamo anche noi problemi di dimensione. Però un colosso come Nike ha installato a Montebelluna il suo centro ricerche, vale a dire nell'area in cui sono nate le scarpette sportive in aziende come Diadora e Lotto che hanno fatto dell'innovazione il proprio marchio di fabbrica.

Qual isono i punti di forza dello Sport System italiano?

Anzitutto, vorrei sottolineare il fatto che ricerca e innovazione non servono solo ai prodotti sportivi. Lo sport ha elementi estremi e dunque esige soluzioni estreme che spesso sono trasferite in tanti altri ambiti produttivi. La ricerca di materiali leggeri e resistenti è avuto luogo prima di tutto per bici, moto e auto impiegate nelle competizioni sportive e poi per gli usi "civili". Detto ciò, uno dei nostri tradizionali punti di forza restano le produzioni per la bici, ma il settore che sta crescendo di più negli ultimi anni è senza dubbio quello dell'outdoor, delle attrezzature e dell'abbigliamento per le attività sportive all'aperto.

Qual isono oggi i mercati di riferimento? E verso quali paesi ritiene che si possa aumentare i volumi di esportazione?

Esportiamo soprattutto in Francia, Germania, Inghilterra e Stati Uniti. La Corea del Sud è un mercato fondamentale per l'outdoor mentre il Giappone lo è per gli sport invernali e gli attrezzi tecnici. Gli sciatori giapponesi sono alla continua ricerca della perfezione e amano i nostri prodoti. Aggiungerei la Cina, attualmente con volumi bassi, ma in grande fermento sia sul fronte della bicicletta che su quello degli sport invernali, di cui Pechino ospiterà le Olimpiadi nel 2022.

Lei preside anche la Fesi, l'Associazione che rappresenta 1.800 aziende a livello continentale. Cosa succede al settore Sport in Europa?

Per la prima volta c'è una direzione Sport e nel 2017 sarà realizzata un'analisi dettagliata dei numeri dell'industria sportiva. Bruxelles vuole riconoscere allo Sport e alle aziende dello Sport il giusto ruolo, riservando fondi che servano a creare nuovi posti di lavoro e dando vita a iniziative rivolte ai giovani, nella consapevolezza che l'attività sportiva può prevenire le malattie del futuro e non appesantire i bilanci sanitari.

FOOTBALL NEWS

TORINO
«Torino Channel» debutta su Sky



Il Torino sbarca in tv sul canale 234 di Sky con Torino Channel, canale tematico dedicato al mondo granata. La programmazione del canale verrà presentata mercoledì della prossima settimana, dal presidente Urbano Cairo, nel corso di una conferenza stampa al lo stadio Olimpico.

DIVIETO DI «TPI»
La Fifa sanziona il Palmeiras

Il comitato disciplinare della Fifa ha preso ieri alcuni provvedimenti in relazione alle cosiddette «Tpi» (third-party influence) relative ad accordi sottoscritti dal Palmeiras in Brasile e dalla Liga Deportiva de Quito in Ecuador. In particolare, il Palmeiras ha subito una multa pari a 50mila franchi svizzeri per la violazione dell'articolo 18-bis delle «Regulations on the Status and Transfer of Players». Il club brasiliano è stato ritenuto responsabile di aver siglato un contratto permettendo alla Ldu Quito, di influenzare la sua indipendenza in materia di impiego e trasferimento dei calciatori coinvolti.

BRASILE 2014
Bollette non pagate, Maracanà al buio



Al Maracanà luci spente per morosità. Lo stadio che ha ospitato la finale del Mondiale di calcio del 2014 ha circa tre milioni di euro di bollette da pagare. In un comunicato il fornitore di energia "Light" spiega che «1,3 milioni sono a carico dei proprietari della struttura mentre il restante 1,7 milioni sono da addebitare agli organizzatori di Rio 2016». Oltre alla finale, infatti, lo stadio di Rio de Janeiro ha ospitato anche le cerimonie di apertura e di chiusura dell'ultima Olimpiade.

ideeuropee
communication in action