Milano Finanza
4 luglio 2017
MMF – pag. VI

News

Roberta Maddalena e Valentina Nuzzi

Lo sport italiano investe nel digitale

La digital trasformation è al centro degli investimenti dello sportsystem italiano, settore che genera 8,6 miliardi di ricavi con una quota export pari al 78% in generale e al 76% per le calzature. Assosport, associazione che raggruppa le aziende del comparto, ha presentato a Vicenza i risultati della ricerca su sport e digitale commissionata a Digital enterprise lab. Dall'indagine emerge che il 55,7% delle imprese sta affrontando il percorso di trasformazione digitale, che per oltre il 10% è concluso e per un altro 10% non è in programma. Marketing e canali di vendita sono gli ambiti aziendali più interessati dalla digitalizzazione, ma una delle tematiche chiave da affrontare riguarda la lotta alla contraffazione, causa di perdite ingenti e stimate da Euipo-European union intellectual property office in 492 milioni di euro l'anno per i soli articoli sportivi. La ricerca ha inoltre evidenziato che il 27% delle imprese sportive ha già introdotto il digital marketing, il 13% opera con stampanti 3d e il 14% utilizza internet delle cose in ambito prodotto.