

Sportssystem: “produrre in Italia? Una sfida 9 contro 11”

Positivi i dati del settore, che vale 4 miliardi di euro e impiega oltre 12000 persone. Luca Businaro confermato Presidente: “materia prima, energia e costo del lavoro frenano le nostre aziende, che rinunciano ai margini per mantenere l'occupazione in Italia.”

Si è tenuta nei giorni scorsi l'annuale assemblea di Assosport, l'Associazione Nazionale dei produttori di Articoli Sportivi che riunisce 127 aziende e rappresenta uno dei settori più importanti della realtà produttiva nazionale. Luca Businaro è stato confermato nel suo ruolo di Presidente per il prossimo biennio; si tratta del terzo mandato consecutivo per l'Amministratore Delegato di Novation Tech spa.

I dati sull'andamento del comparto, elaborati da Cerved Group, delineano un quadro positivo: i ricavi aggregati 2013 delle aziende associate toccano infatti i 4 miliardi e 345 milioni di euro (+3%) e tiene sostanzialmente l'occupazione, quasi 12.700 addetti (-2%). A diminuire nettamente è il Margine Operativo Lordo, che segna un -43%. *“Le nostre aziende - dichiara il Presidente Businaro - dimostrano ancora una volta di aver lavorato duro per crescere in questi anni difficili, facendo meglio del PIL italiano. Hanno lavorato per mantenere il fatturato e soprattutto l'occupazione in Italia, investendo in nuovi mercati e sacrificando la marginalità per garantire crescita e posti di lavoro sul lungo periodo.*

I problemi che le aziende si trovano ad affrontare sono sempre gli stessi, partiamo svantaggiati rispetto agli altri Paesi, è una sfida 9 contro 11. La mancanza di riforme strutturali nel nostro Paese non sembra offrire prospettive per un cambiamento a breve: costo del lavoro e dell'energia più alti in Europa e costo delle materie prime, che importiamo quasi completamente, per citare i principali. C'è poi una politica dei cambi che ci penalizza, ancor di più se consideriamo che il 74% del nostro fatturato arriva dall'export, soprattutto nei confronti degli Stati Uniti che sono il primo paese destinatario dei nostri prodotti. La soluzione a questi problemi sarebbe ovviamente nell'aumento dei prezzi, ma significherebbe rischiare quote di mercato e le nostre aziende preferiscono al contrario investire per trovare nuovi spazi ed opportunità.” La conferma di queste politiche coraggiose arriva dai dati sulle esportazioni: +7% nel 2013, un trend che si rafforza nel primo trimestre 2014 che segna addirittura un +15% rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente.

Archiviato quindi positivamente il 2013 si guarda con ottimismo al nuovo anno, anche dal punto di vista dei consumi interni. Il 2013 vedeva in calo il mercato dell'abbigliamento sportivo, -3,4%, mentre era in crescita la calzatura sportiva in Italia, +3,2%; il primo trimestre 2014 vede finalmente un rallentamento nella crisi dell'abbigliamento, -0,4% mentre le calzature toccano addirittura un +5,9 rispetto allo stesso periodo del 2013.

Le valutazioni degli analisti Cerved mostrano che il settore dello sportssystem conta i principali indicatori della solidità dell'impresa positivi: buono il tasso di variazione di fatturato, nella media l'EBITDA sul fatturato, addirittura molto buono il rapporto tra debiti finanziari e patrimonio netto. Nonostante questo la valutazione del rischio di portafoglio mostra il persistere di diverse difficoltà di accesso al credito per le aziende di Assosport: solo una minoranza è in linea con i parametri di Basilea2, le altre hanno un accesso al credito non facile o addirittura molto difficile.

Il Presidente Businaro ha tracciato un quadro degli obiettivi percorsi in questi anni e di quelli futuri: *“Assosport è diventato un interlocutore privilegiato nei confronti delle istituzioni, in modo particolare a livello europeo, è lì che si discutono le tematiche che hanno effetti concreti per le nostre aziende. La nostra attività in Fesi (l'organismo che riunisce tutti i produttori europei di articoli sportivi) di cui sono diventato vicepresidente e tesoriere, serve proprio ad agire sulle tematiche più urgenti per le nostre aziende, temi come la riduzione dei dazi o l'omologazione delle taglie (una battaglia in cui siamo impegnati da diversi anni contro i grandi colossi nordeuropei) e a raccogliere in modo più efficace i finanziamenti a fondo perduto dell'Unione Europea per la ricerca e per la diffusione della pratica sportiva”.*

L'Europa sta scoprendo che l'Italia può offrire anche soluzioni da copiare: è il caso di “dote in movimento”, l'iniziativa per finanziare l'attività sportiva dei bambini che Assosport ha ideato e promosso con la Regione Veneto. Questo progetto è stato selezionato come best practice a livello comunitario e potrà quindi ricevere finanziamenti per venire presto replicato in diversi Paesi europei.

Altre tematiche fondamentali su cui si concentrerà l'attività di Assosport nel prossimo biennio sono la formazione agli associati, mirata su temi specifici (come retail, politiche doganali, cost saving) per creare una classe dirigente in grado di affrontare le sfide globali e la creazione di gruppi di prodotto divisi per tematiche, outdoor, assosportex, assotennis e assofitness, per essere più incisivi e cogliere le diverse peculiarità di un settore che è, per sua stessa natura, molto disomogeneo al suo interno.

Data la necessità di spingere sempre di più sull'export un tema su cui insistere sarà infine l'incoming, uno strumento che si è dimostrato molto efficace per trovare nuovi partner commerciali: *“dobbiamo essere orgogliosi del nostro lavoro – conclude Businaro - e portare qui gli operatori per raccontare loro la nostra storia, mostrare che anche se siamo piccoli per gli standard mondiali non ci manca né la creatività né la tecnologia o la struttura produttiva per tradurla in pratica.”*