

L'industria

Lo sport italiano vince all'estero:
vale 4,7 miliardi di export —p.19

Lo sport italiano vince anche la gara dell'export con 4,7 miliardi di ricavi



I principali mercati di destinazione sono Stati Uniti (675 milioni), Francia (567 milioni) e Germania (526)



A venire acquistati dall'estero sono soprattutto calzature e indumenti sportivi, fitness e biciclette

Sport Industry

Oggi a Roma la seconda edizione della Giornata dello Sport Italiano nel Mondo

Le vendite estere di beni sportivi nel 2024 hanno raggiunto l'1,38% del Pil

Marco Bellinazzo

Oltre il volley, il tennis, il calcio, l'atletica, c'è l'industria sportiva italiana che come gli atleti tricolori ha saputo ritagliarsi un ruolo di primo piano nello scacchiere della produzione e del commercio internazionale e che, insieme ai campioni dello sport, gioca un ruolo non irrilevante sul versante diplomatico.

Un ruolo che il Governo intende ulteriormente valorizzare è che ha messo al centro della seconda edizione della "Giornata dello Sport Italiano nel Mondo", che si tiene oggi pomeriggio a Roma a Villa Madama a Roma. All'evento organizzato dal Direttore Generale per la Promozione del Sistema Paese, Mauro Battocchi, che si inserisce nella strategia di diplomazia dello sport promossa dalla Farnesina, prenderanno parte sia il ministro degli Affari Esteri Antonio Tajani che il ministro per lo

Sport e i giovani, **Andrea Abodi**.

Se l'export italiano nel 2024 ha avuto un valore di 623,5 miliardi, pari a circa il 40% del Pil, l'industria sportiva tricolore nel suo comparto ha raggiunto quote di mercato da podio mondiale, contribuendo con 4,7 miliardi di esportazioni, l'1,38% del Pil, e generando 24,7 miliardi di valore aggiunto.

Come emerge dall'analisi della Fondazione Manlio Masi (Osservatorio nazionale per l'internazionalizzazione e gli scambi, 2025) il mercato globale dei beni sportivi nel 2023 dopo il picco di 153 miliardi di valore del 2022 è calato a 128 miliardi di dollari, trainato dai segmenti principali calzature e abbigliamento sportivo (30,6 miliardi, con una quota del 23,8%), fitness (23,8 miliardi e 18,5%), biciclette e componenti (21,8 miliardi e 17%) e integratori (15 miliardi e quota del 11,6%).

In un comparto dominato dalla Cina, che detiene il 30,6% delle esportazioni, seguita da Vietnam (9,3%) e Germania (5,4%), il Made in Italy sportivo si conferma al quinto posto, il secondo a livello europeo, con una quota del 3,8%, superiore rispetto all'incidenza sul totale delle esportazioni italiane nel mondo, pari al 2,9%, con punte di eccellenza negli sport invernali (terzo posto con l'11% di quota globale), caccia e pesca (9,6%, secondo posto) e sport acquatici (5%, quarto posto).

In termini monetari, nel 2024

l'export italiano di beni sportivi complessivamente ha generato un giro d'affari di 4,7 miliardi di euro, in crescita costante dal 2017 con alcune flessioni nel 2020 e 2023, ed ha registrato un surplus commerciale complessivo 607 milioni di dollari nel 2023 e una presenza consolidata in segmenti chiave. I principali mercati di destinazione dell'export italiano di beni sportivi sono Stati Uniti (675 milioni di euro), Francia (567) e Germania (526), che insieme assorbono quasi la metà dell'export italiano sportivo. A venire acquistati dall'estero sono soprattutto calzature e indumenti sportivi (1,1 miliardi di euro), fitness (878 milioni), biciclette e componentistica (759) e caccia e pesca (559).

Nel prossimo futuro, a patto di puntare sull'eccellenza del Made in Italy e sul posizionamento nei segmenti medio-alti, evitando la competizione sui prezzi con i produttori asiatici, l'industria sportiva tricolore ha un potenziale aggiuntivo stimato in circa 650 milioni di euro, con maggiori opportunità nei settori calzature e indumenti sportivi (155), caccia e pesca (138) e fitness (101), e con margini significativi anche per biciclette e componentistica (95), sport invernali (60), sport acquatici (45) e integratori e affini (23). Le principali direttrici di sviluppo sono rappresentate dall'Unione Europea, dall'America settentrionale, con gli Usa in testa, e dall'Asia orientale.

© RIPRODUZIONE RISERVATA





L'impatto.
L'industry genera 24,7 miliardi di valore aggiunto