

fattore  
I.

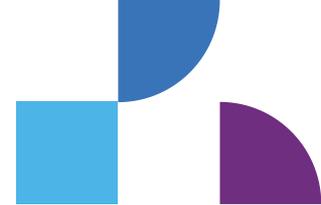
Febbraio 2021

Le imprese  
italiane dello  
sportsystem di  
montagna: filiere  
corte, meno CO<sub>2</sub>  
e più big data.

Mondiali  
di Sci  
Cortina  
2021



# La montagna: un universo economico da scoprire.



## FOCUS DI QUESTO DOCUMENTO

### Economia della montagna: i numeri chiave pre-pandemia\*

<b>Territorio montano in Italia</b>	<b>3.516</b> comuni che coprono il <b>50%</b> del territorio + <b>652</b> comuni parzialmente montani
<b>Sci e altri sport invernali</b>	<b>11 milioni</b> di praticanti con una spesa annua di <b>~11 mld €</b>
<b>Funivie</b>	<b>~1.800</b> impianti
<b>Strutture ricettive in località montane</b>	<b>~10 milioni</b> di visitatori annui e <b>~1.100</b> rifugi di montagna
<b>Agrifood</b>	<b>~250.000</b> realtà produttive con un fatturato annuo di <b>~9 mld €</b>
<b>Sportsystem di montagna (abbigliamento, calzature e attrezzature sportive)</b>	<b>~550 imprese con un fatturato annuo di oltre 6 mld € e ~30.000 dipendenti</b>

FONTE: Analisi interne Banca Ifis su dati ISTAT; Osservatorio del turismo montano promosso da Modena Fiere; Rapporto "La quota dello sviluppo"- Franco Angeli; Assosport; Cerved.

# I messaggi chiave sullo sportsystem di montagna.



## LA DEMOGRAFIA, TREND ATTUALI E PROSPETTICI

01

1. La **filiera è composta da ~550 imprese**, di cui **~200 specializzate** esclusivamente sui prodotti per la montagna.
2. Il **Veneto** è la regione che concentra il maggior numero (~30%) di realtà produttive. **Elevata in tutta Italia la quota di Micro (36%) e Piccole (43%) imprese.**
3. Il **79% delle imprese dichiara di aver subito nel 2020 una flessione di fatturato** (di queste il 49% non in misura rilevante). Si mostrano leggermente più resilienti le imprese interamente specializzate nella montagna.
4. Il **41% delle imprese, che prevede un incremento del fatturato nel biennio 2021-2022**, è caratterizzato da:
  - a. **export più diffuso** (79% delle imprese);
  - b. **investimenti stabili o in aumento** (69% dei produttori);
  - c. **produzione di abbigliamento** (53%).

## LE RELAZIONI DI FILIERA E IL POSIZIONAMENTO INTERNAZIONALE

02

1. Gli approvvigionamenti delle imprese della filiera provengono per l'**88% da fornitori nazionali, evidenziando una catena corta di forniture** (37% stesso territorio e 51% da altre zone d'Italia).
2. Il **mercato domestico assorbe il 67% della produzione e il rimanente 33% è destinato all'export**, principalmente (64%) nel perimetro UE.
3. Il **65% delle imprese dello sportsystem di montagna ha un legame forte con i clienti grazie a prodotti ad alto contenuto tecnologico**, spesso risultato della collaborazione con distributori e rivenditori.
4. Per fronteggiare la crisi ma anche rispondere alle mutate esigenze dei clienti, le imprese della filiera **punteranno su innovazione e personalizzazione di prodotto (64% dei produttori) e servitization (56%)** offrendo soluzioni in cui si integreranno prodotto e servizi.

## LA DIFFUSIONE E L'INTENSITÀ DI UTILIZZO DELLE TECNOLOGIE 4.0

03

1. **Sono il 45% le imprese della filiera che adottano nuove tecnologie 4.0.** Il 43% utilizza già due o più tecnologie 4.0.
2. **Sono ben 9 le tecnologie 4.0 che le imprese stanno impiegando. Le 4 tecnologie più utilizzate mettono al centro il dato**, essendo finalizzate a tutela, analisi e scambio delle informazioni.
3. **Nei prossimi due anni (2021-2022) le tecnologie digitali saranno utilizzate dalle imprese per sviluppare nuove modalità di vendita, innovare l'offerta e rafforzare la relazione con i clienti.**
4. **Quasi l'80% delle imprese punterà sulla formazione** per ottenere le competenze utili a gestire la trasformazione tecnologica.

## IL RUOLO DELLA R&S

04

1. Il ruolo della R&S è primario. Nel 2020, anno segnato dall'emergenza sanitaria ed economica, **il 66% delle imprese dello sportsystem di montagna ha mantenuto invariata o incrementato la quota destinata agli investimenti in R&S.**
2. Nella R&S le imprese indicano la collaborazione come fondamentale, puntando principalmente su **co-creazione (49%) e partnership di filiera (30%)**.

# Lo sportsystem italiano di montagna è una filiera di 550 imprese, con 200 totalmente verticali e specializzate.

## Sportsystem di montagna

Circa **550** imprese con bilancio depositato, di cui **200** totalmente specializzate sulla montagna.

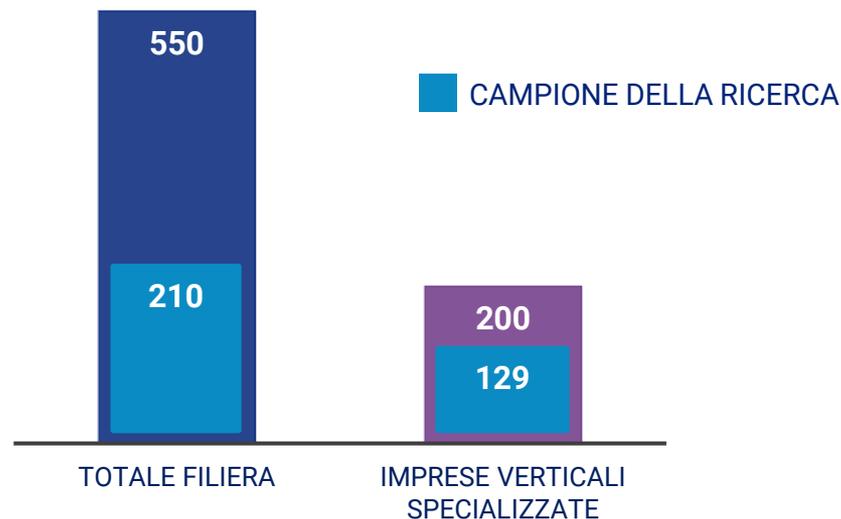
Tre comparti:

- › 44% Calzature
- › 40% Abbigliamento
- › 16% Attrezzature sportive

~30.000 dipendenti

Un distretto a vocazione internazionale:  
**Asole e Montebelluna**

LE IMPRESE DELLA FILIERA E IL CAMPIONE ANALIZZATO  
(numero imprese con bilancio depositato)



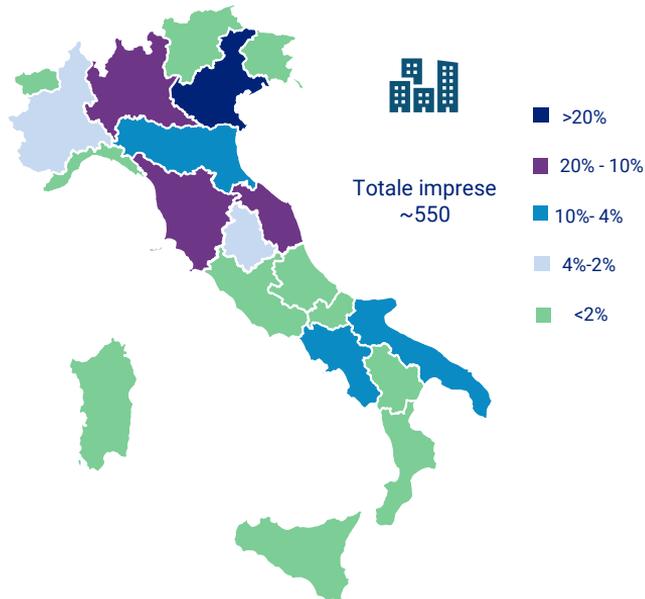
FONTE: Analisi interne Banca Ifis su dati: CERVED, ISTAT, Osservatorio del turismo montano promosso da Modena Fiere, Rapporto "La quota dello sviluppo"- Franco Angeli, Assosport.

ANALISI CAMPIONARIA: survey Banca Ifis in partnership con Format Research

La demografia,  
trend attuali e  
prospettici.



Il Veneto è la regione che concentra il maggior numero di imprese dello sportsystem di montagna. Elevata in tutta Italia la presenza di Micro (36%) e Piccole imprese (43%).



Comparto	Dimensione imprese	% imprese
<b>Attrezzature sportive</b>	Grandi	9%
	Medie	11%
	Piccole	51%
	Micro	30%
<b>Calzature sportive</b>	Grandi	5%
	Medie	21%
	Piccole	45%
	Micro	29%
<b>Abbigliamento sportivo</b>	Grandi	2%
	Medie	16%
	Piccole	36%
	Micro	46%

Grandi Imprese > 50 mil €

Medie Imprese > 10 mil € e ≤ 50 mil €

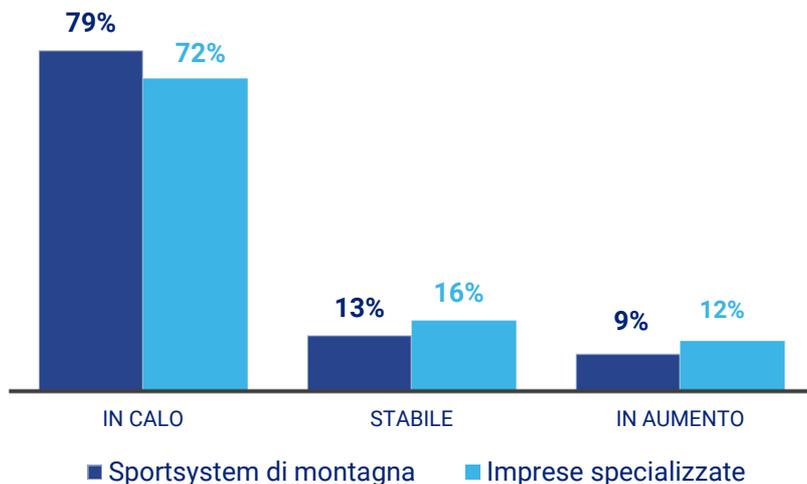
Piccole Imprese > 2 mil € e ≤ 10 mil €

Micro Imprese ≤ 2 mil €

FONTE: Ricerca Banca Ifis in partnership con Format Research, Analisi interne Banca Ifis su dati ISTAT; Osservatorio del turismo montano promosso da Modena Fiere; Rapporto "La quota dello sviluppo" - Franco Angeli; Assosport., base dati dei bilanci di CERVED

# Nel 2020 il 79% delle imprese dichiara di aver subito una flessione di fatturato per le restrizioni derivanti dall'emergenza sanitaria.

ANDAMENTO FATTURATO 2020\* (% imprese)



\*Base: Campione imprese specializzate 129 imprese; Campione sportsystem di montagna 210 imprese.

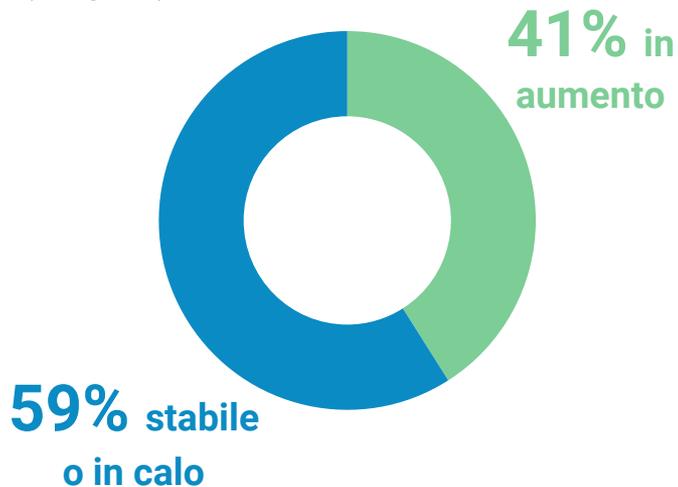
Fonte: Ricerca Banca Ifis in partnership con Format Research

## EVIDENZE

A fronte di un andamento generalmente negativo, le imprese totalmente specializzate nella montagna si dimostrano un po' più resilienti.

# Export, investimenti e produzione di abbigliamento sportivo caratterizzano le imprese che prevedono di crescere.

PREVISIONE FATTURATO PER IL BIENNIO 2021-2022\*  
(% imprese)



## EVIDENZE

Le imprese che prevedono un incremento del fatturato hanno:

- export più diffuso (79% delle imprese)
- investimenti stabili o in aumento per il 69% dei produttori, con l'obiettivo di:
  - gestire la relazione con il cliente
  - sviluppare nuovi prodotti
  - migliorare i processi produttivi
- produzione di abbigliamento per il 53%

\*Base: Campione sportssystem di montagna 210 imprese.  
FONTE: Ricerca Banca Ifis in partnership con Format Research

Le relazioni di  
filiera (fornitori-  
produttori-clienti)  
e il posizionamento  
internazionale.



# La filiera dello sportsystem di montagna ha una catena corta di fornitura con 9 fornitori su 10 italiani.

## COMPOSIZIONE PORTAFOGLIO FORNITORI\* (%)

FORNITORI ESTERI



FORNITORI NAZIONALI



37%

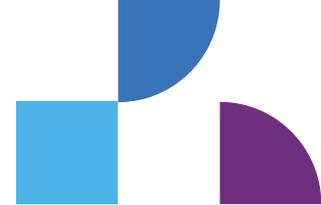
Fornitori nello stesso territorio

51%

Altri fornitori nazionali

\*Base: Campione sportsystem di montagna 210 imprese  
FONTE: Ricerca Banca Ifis in partnership con Format Research

Il mercato domestico assorbe il 67% della produzione e il rimanente 33% è destinato all'export, principalmente nel perimetro UE.



CLIENTI NAZIONALI



CLIENTI ESTERI



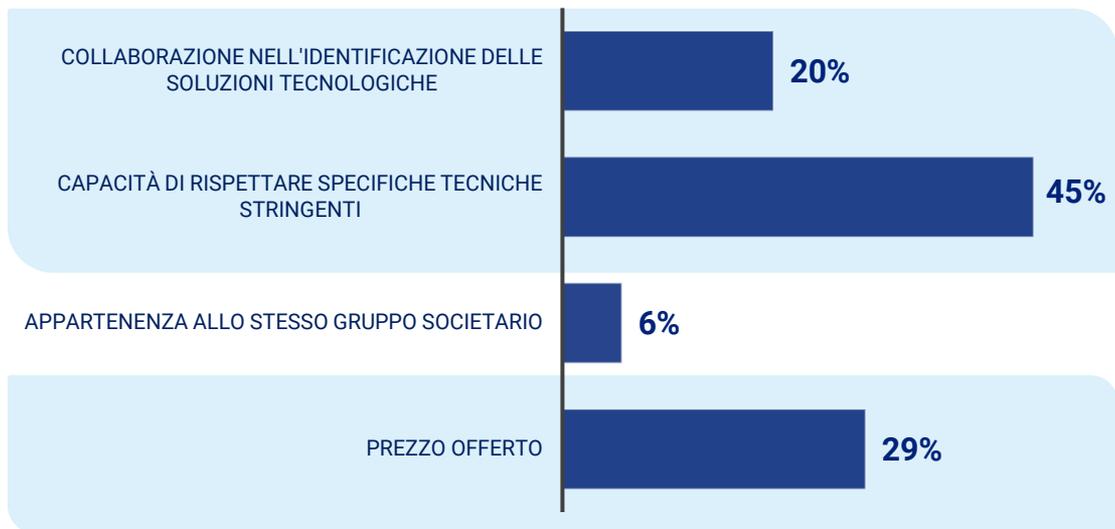
I clienti esteri sono geograficamente distribuiti in paesi:

- UE per il 64%
- extra UE per il 36%

\*Base: Campione sportssystem di montagna 210 imprese  
FONTE: Ricerca Banca Ifis in partnership con Format Research

# Il 65% delle imprese dello sportsystem di montagna ha un legame forte con i clienti grazie a prodotti ad alto contenuto tecnologico.

## MOTIVI DI SCELTA DEL PRODOTTO\* (% imprese)



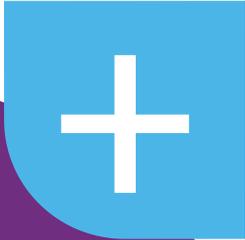
Tramite la personalizzazione tecnologica i produttori stringono **relazioni più solide** con i clienti (distributori e rivenditori), rendendo per il committente oneroso e complesso rivolgersi ad altri.

I produttori che utilizzano il prezzo come leva commerciale sono **più esposti alla concorrenza**.

\*Base: Campione sportsystem di montagna 210 imprese  
FONTE: Ricerca Banca Ifis in partnership con Format Research



Quali sono state le soluzioni adottate dalle imprese per fronteggiare la crisi sanitaria ed economica e per rispondere alle nuove richieste della domanda nei prossimi due anni (2021-2022)?



Le imprese dello **sportsystem di montagna** punteranno su **innovazione e personalizzazione di prodotto 64%** e **servitization 56%** offrendo soluzioni in cui si integreranno prodotto e servizi.

\*Base: Campione sportsystem di montagna 210 imprese  
FONTE: Ricerca Banca Ifis in partnership con Format Research

La diffusione e  
l'intensità di  
utilizzo delle  
tecnologie 4.0.



Le imprese dello sportsystem di montagna hanno adottato le nuove tecnologie 4.0, spesso investendo su più strumenti.

**45%**

Le imprese dello **sportsystem di montagna** che hanno investito in **tecnologia 4.0.**

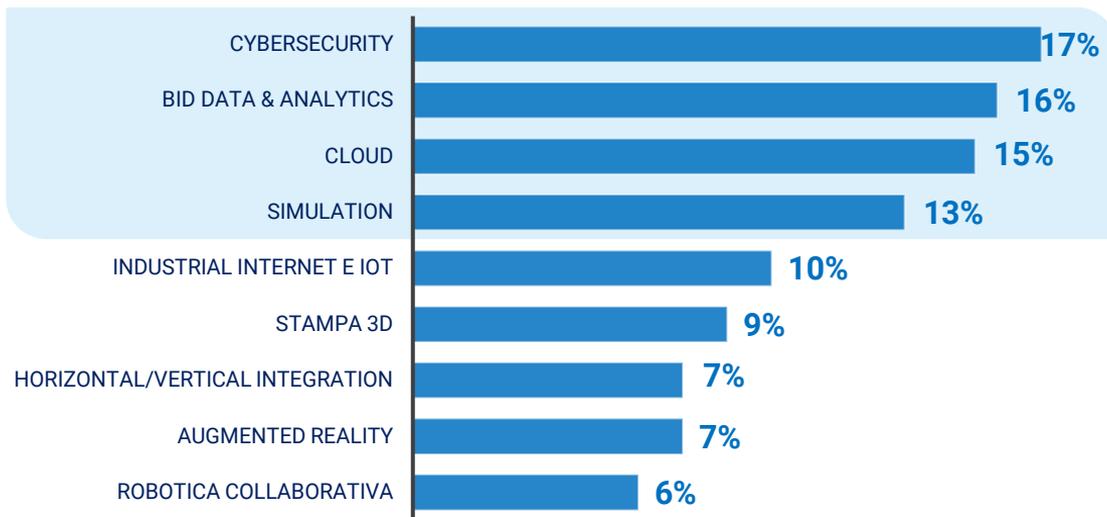
**43%**

Le imprese che già utilizzano **due o più tecnologie 4.0.**

\*Base: Campione sportsystem di montagna 210 imprese  
FONTE: Ricerca Banca Ifis in partnership con Format Research

# Sono nove le tecnologie 4.0 utilizzate. Le quattro più diffuse mettono al centro i dati.

## LE TECNOLOGIE 4.0 UTILIZZATE\* (% - risposta multipla)



Le 4 tecnologie più utilizzate sono destinate alla **tutela, analisi e scambio dei dati e delle informazioni.**

\*Base: Campione sportssystem di montagna 210 imprese  
FONTE: Ricerca Banca Ifis in partnership con Format Research

# Nel biennio 2021-2022 gli imprenditori si propongono di utilizzare le tecnologie 4.0 per migliorare l'esperienza del cliente.

## LE PRIME TRE TECNOLOGIE DIGITALI PREVISTE NEL 2021-2022\* (% imprese)

**ECOMMERCE**  
(COME VENDONO)



**NUOVI PRODOTTI E SERVIZI**  
(COSA VENDONO)



**DIALOGO CON I CLIENTI**  
(COME GESTISCONO LA RELAZIONE)



■ Aumenterà molto   ■ Aumenterà abbastanza

Nei prossimi due anni (2021-2022) le nuove tecnologie digitali saranno sempre più utilizzate dalle imprese della filiera per sviluppare nuove modalità di vendita, innovare l'offerta e rafforzare la relazione con i clienti.

\*Base: Campione sportsystem di montagna 210 imprese  
FONTE: Ricerca Banca Ifis in partnership con Format Research

Nel biennio 2021-2022 le imprese avranno bisogno di investire soprattutto in formazione, sia per l'aggiornamento sia per l'acquisizione di nuove competenze.

INVESTIMENTI SUL PERSONALE PER GESTIRE LE NUOVE TECNOLOGIE NEL 2021-2022 RISPETTO AL 2020\* (% imprese)

**79%**

Aggiornamento di competenze esistenti da parte del personale

**34%**

Acquisizione di nuove competenze da parte del personale

**18%**

Assunzione di nuovo personale con nuove competenze

\*Base: Campione sportssystem di montagna 210 imprese  
FONTE: Ricerca Banca Ifis in partnership con Format Research

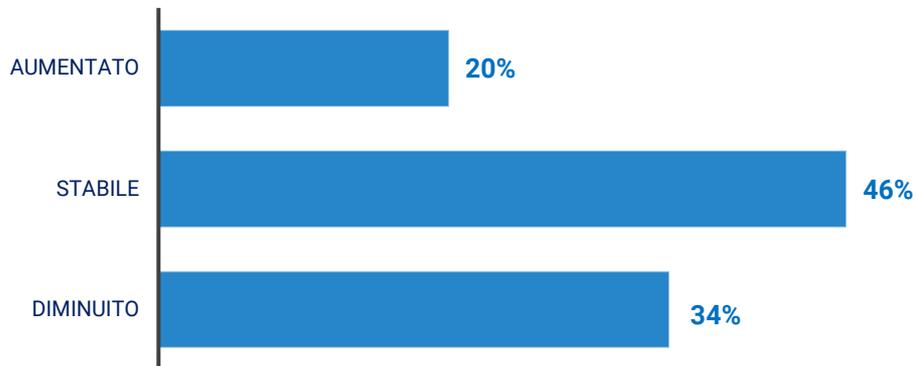
Il ruolo della R&S  
nella filiera dello  
sportsystem di  
montagna.



Nonostante la congiuntura negativa le imprese della montagna hanno mantenuto stabili gli investimenti in R&S (46%) o li hanno addirittura incrementati (20%).

Nel 2020, anno segnato dall'emergenza sanitaria ed economica, il **66%** delle imprese dello **sportsystem di montagna** ha mantenuto invariata o incrementato la quota destinata agli **investimenti in R&S**.

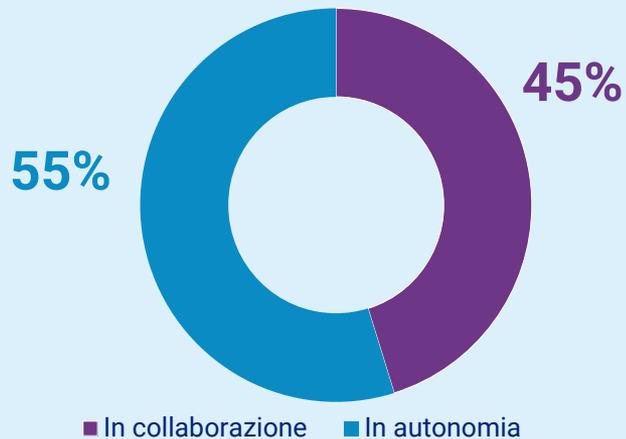
VARIAZIONE INVESTIMENTI IN R&S NEL 2020 RISPETTO AL 2019\* (% imprese)



\*Base: Campione sportsystem di montagna 210 imprese  
FONTE: Ricerca Banca Ifis in partnership con Format Research

Il 45% delle imprese sviluppa progetti di ricerca puntando principalmente su co-creazione (49%) e partnership di filiera (30%).

IMPRESE CHE AVVIANO COLLABORAZIONI PER LA R&S\*  
(% imprese)



49%

Consulenti e  
intermediari di  
co-creazione

30%

Imprese  
nazionali

14%

Università  
in Italia

7%

Altri soggetti  
estero

\*Base: Campione sportssystem di montagna 210 imprese  
FONTE: Ricerca Banca Ifis in partnership con Format Research

Approfondimenti:  
sostenibilità e  
distretto di Asolo  
e Montebelluna.



# I risultati degli approfondimenti sullo sportsystem di montagna.



## ATTENZIONE ALLA SOSTENIBILITÀ E ADOZIONE DI MODELLI DI CIRCULAR ECONOMY

01

1. La **filiera dello sportsystem di montagna è concretamente attiva sul tema della sostenibilità**, con investimenti in:
  - a) **sociale (27% delle imprese);**
  - b) **ambiente (91% delle imprese).**
2. Il contributo alle attività sul territorio vede prevalere **gli interventi in iniziative culturali e sportive (33%) e nel sociale (raccolte fondi e sostegno al no-profit, 27%).**
3. **Le azioni «green» sono dirette al riciclo dei rifiuti** (prima di tutto dei residui di produzione), **all'utilizzo di energie rinnovabili e alla riduzione dei consumi sia di materie prima sia di energia.**
4. **Sei imprese su dieci hanno compiuto un passo ulteriore riprogettando i processi produttivi in base ai principi della circular economy.** «Zero waste» e riutilizzo degli scarti di produzione le strategie vincenti adottate per chiudere il ciclo di vita delle risorse.

## DISTRETTO DELLO SPORTSYSTEM DI ASOLO E MONTEBELLUNA

02

1. Riconosciuto ufficialmente nel 2003, **è una realtà a grande vocazione internazionale: a livello mondiale**, realizza il 25% dei pattini in linea, il 50% delle scarpe da montagna tecniche, il 65% dei doposci e il 75% degli scarponi da sci.
2. **Nel 2020 le imprese del Distretto hanno retto leggermente meglio la crisi grazie a una maggior specializzazione** (62% le imprese totalmente verticali contro il 36% nella filiera nazionale).
3. **Le imprese del Distretto prevedono un percorso di ripresa più forte, nel biennio 2021-2022, grazie all'export** (53% le imprese per cui i clienti esteri costituiscono una quota significativa del portafoglio) **e puntando sulla formazione delle nuove competenze.**
4. **Le imprese del Distretto investono più della media della filiera in progetti di sostenibilità ambientale**, nel riutilizzo dei materiali da riciclo, nel risparmio energetico e accorciando geograficamente la catena di fornitura (fornitori italiani).

FOCUS

Attenzione alla  
sostenibilità e  
adozione di  
modelli di  
*circular economy.*



# Social: l'impegno per il territorio coinvolge oltre un'impresa su quattro.

**IMPRESE CHE HANNO INTRAPRESO  
INIZIATIVE SOCIALI SUL TERRITORIO\***  
(% imprese)



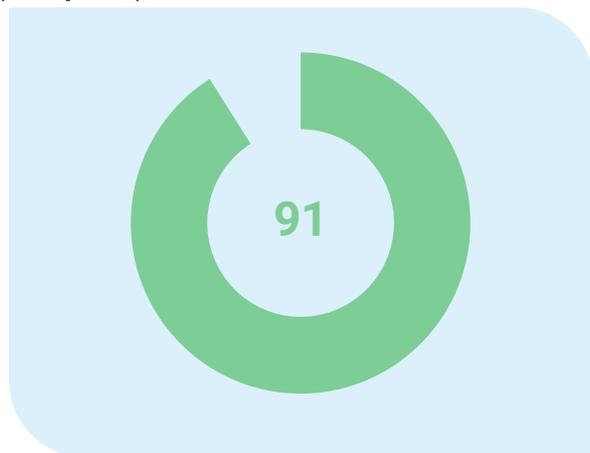
Il contributo delle imprese di montagna alle attività sul territorio è principalmente rivolto a:

- 33%** Iniziative culturali (sostegno allo sport, organizzazione mostre/eventi...)
- 27%** Politiche sociali (raccolta fondi per enti benefici, sostegno Onlus/No profit...)
- 23%** Tutela ambientale (sponsorizzazione parchi/riserve, protezione fauna/flora...)
- 17%** Sostegno sociale (sostegno alle scuole, iniziative per la comunità, politiche per i giovani...)

\*Base: Campione filiera di Montagna 210 imprese  
FONTE: Ricerca Banca Ifis in partnership con Format Research

# Environment: il presente della filiera della montagna passa per la sostenibilità con il 91% delle imprese già attivamente impegnato a ridurre la propria impronta ambientale.

**IMPRESSE CHE ADOTTANO MISURE PER LA RIDUZIONE DELL'IMPATTO AMBIENTALE\***  
(% imprese)



Le principali «azioni green» messe in atto dalle imprese:

- 54%** Riciclo di rifiuti (residui di produzione, raccolta differenziata, smaltimento toner...)
- 20%** Utilizzo energie rinnovabili (solare, fotovoltaica, idroelettrica...)
- 18%** Riduzione dei consumi ed efficientamento energetico (acqua...)
- 9%** Riduzione delle emissioni e agenti inquinanti

\*Base: Campione filiera di Montagna 210 imprese

FONTE: Ricerca Banca Ifis in partnership con Format Research

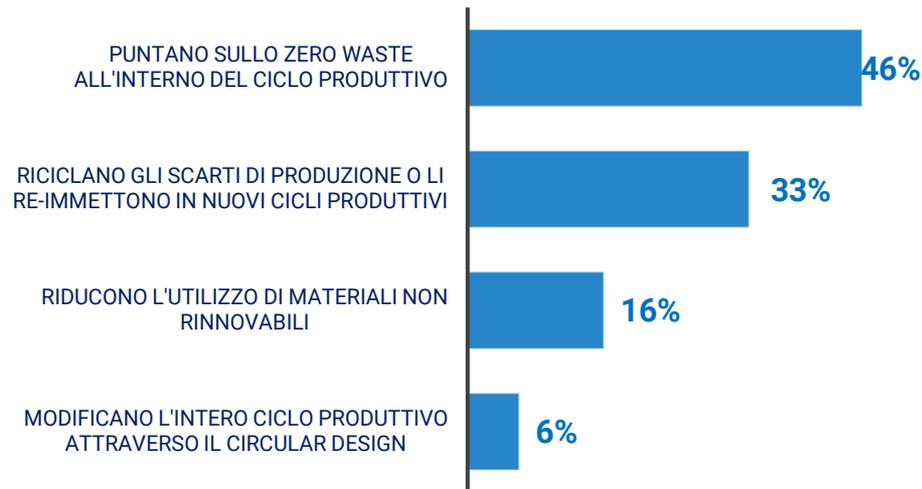
La *circular economy*: sono sei su dieci le imprese che stanno ridefinendo il processo produttivo. «Zero waste» e riutilizzo degli scarti di produzione le strategie vincenti per le imprese della filiera.

IMPRESSE CHE ADOTTANO MISURE DI «CIRCULAR ECONOMY»\*  
(% imprese)

61

Le imprese della filiera lavorano sulla **riprogettazione dei processi produttivi** con l'obiettivo di "chiudere" il ciclo di vita delle risorse. L'obiettivo è ridurre l'impatto ambientale attraverso la **re-immissione delle risorse nei cicli produttivi**.

AZIONI DI «CIRCULAR ECONOMY» ADOTTATE\*\* (% imprese)



\*Base: Campione filiera di Montagna 210 imprese; \*\*Base: Campione filiera di Montagna che adottano progetti di circular economy 128 imprese.  
FONTE: Ricerca Banca Ifis in partnership con Format Research

FOCUS  
Distretto dello  
Sportsystem di  
Asolo e  
Montebelluna



# Distretto dello Sportsystem di Asolo e Montebelluna: dal 2003 una realtà a vocazione internazionale.



## LE ORIGINI

### IL DISTRETTO

Dal 2003 è stato riconosciuto ufficialmente a livello regionale.



## IL TERRITORIO

### SI ESTENDE

dai piedi del Montello fino al corso del fiume Piave su un territorio di **25 comuni della Provincia di Treviso** cui si aggiunge il contiguo **comune di Alano** di Piave in territorio bellunese. Il nucleo storico e a maggior densità del distretto, tuttavia, si concentra in 16 di questi comuni (come da L.R. 13/2014).

## LA STRUTTURA

### LA COESISTENZA

di imprese diverse per dimensione, strategia e tipologia di prodotto – dalla multinazionale al laboratorio artigiano – è il tratto distintivo. Il Distretto comprende: industrie produttrici di **attrezzature e calzature per lo sport, produttori di macchinari per le lavorazioni, studi di design e di progettazione**, incubatori, associazioni ed enti di formazione che contribuiscono al mantenimento della sua competitività a livello internazionale.

## I NUMERI DEL DISTRETTO

~**350Km<sup>2</sup>** superficie

Oltre **25** comuni

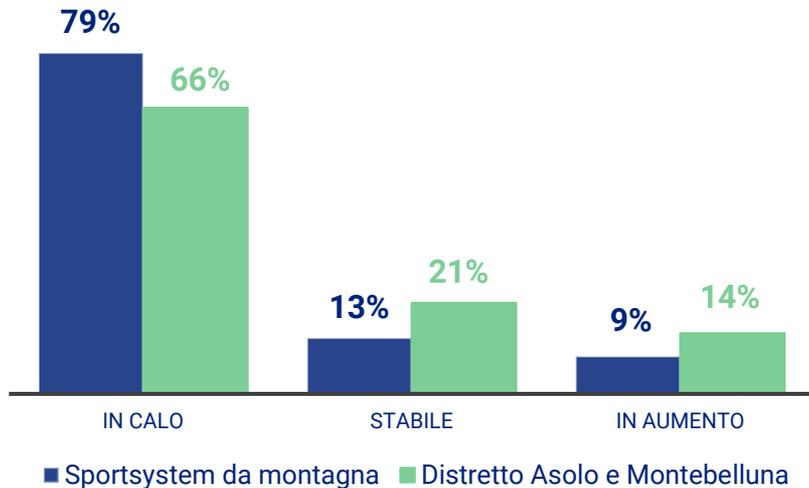
Oltre **350** imprese, di cui **~200** dello sportsystem di montagna

A livello mondiale, **realizza il 25% dei pattini in linea, il 50% delle scarpe da montagna tecniche, il 65% dei doposci, il 75% degli scarponi da sci.**

FONTE: Camera di Commercio Treviso-Belluno dati da elaborazioni Ufficio Studi e Statistica CCIAA Treviso – Belluno su dati Associazione dello, Portale Turismo della Provincia di Treviso Sportsystem e dell'Imprenditoria del Montebellunese e dell'Asolano, Infocamere, Studi e Ricerche di Intesa San Paolo e Istat-Coeweb.

# Nel 2020 le imprese del Distretto hanno avuto una flessione dei ricavi più contenuta della filiera nel suo complesso.

## ANDAMENTO FATTURATO 2020\* (% imprese)



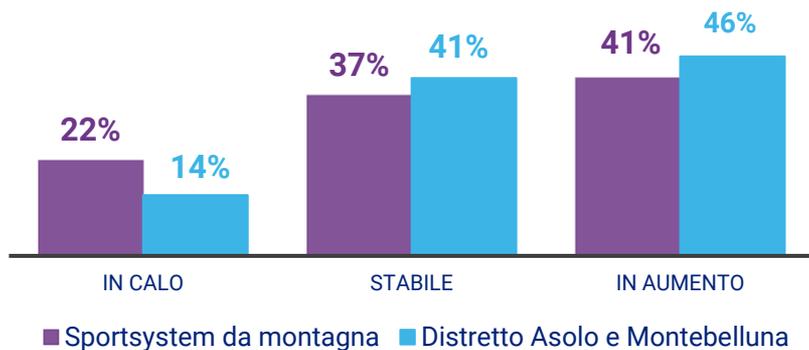
## EVIDENZE

Le imprese del Distretto di Asolo e Montebelluna hanno retto leggermente meglio la crisi del 2020 grazie a una maggior specializzazione (62% le imprese totalmente verticali contro il 36% nella filiera nazionale).

\*Base: Campione imprese Distretto Asolo e Montebelluna 29 imprese; Campione sportsystem di montagna 210 imprese.  
FONTE: Ricerca Banca Ifis in partnership con Format Research

# Nel biennio 2021-2022 le imprese del Distretto prevedono una ripresa più solida della media della filiera.

## ANDAMENTO FATTURATO 2021-2022\* (% imprese)



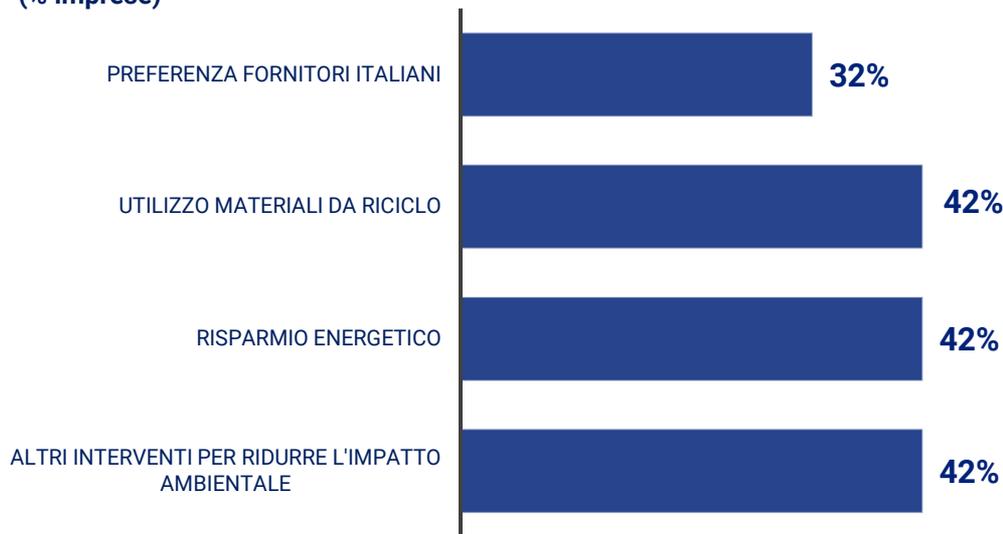
## EVIDENZE

Le imprese del Distretto di Asolo e Montebelluna prevedono un percorso di ripresa più forte grazie all'export (53% le imprese per cui i clienti esteri costituiscono una quota significativa del portafoglio) e puntando sulla formazione.

\*Base: Campione imprese Distretto Asolo e Montebelluna 29 imprese; Campione sportsystem di montagna 210 imprese.  
FONTE: Ricerca Banca Ifis in partnership con Format Research

# Le imprese del Distretto investono più della media della filiera in progetti di sostenibilità ambientale.

## INVESTIMENTI IN SOSTENIBILITA' NEL BIENNIO 2021-2022\* (% imprese)



## Differenza rispetto alla media della filiera

Categoria	Differenza rispetto alla media della filiera
PREFERENZA FORNITORI ITALIANI	+7 punti percentuali
UTILIZZO MATERIALI DA RICICLO	+12 punti percentuali
RISPARMIO ENERGETICO	+10 punti percentuali
ALTRI INTERVENTI PER RIDURRE L'IMPATTO AMBIENTALE	+6 punti percentuali

\*Base: Campione imprese Distretto Asolo e Montebelluna 29 imprese; Campione sportssystem di montagna 210 imprese.  
FONTE: Ricerca Banca Ifis in partnership con Format Research

# Nel Distretto, le imprese hanno sviluppato esperienze in grado di rappresentare delle *best practice* nella sostenibilità.

01

**Innovazione nei materiali e accordi di filiera hanno consentito ridurre sprechi e impatti ambientali.**

Impresa operativa nei 3 comparti dello sportssystem

Dal 2014 ha riprogettato i prodotti integrando materie prime organiche, tipiche del territorio, con materiali a ridotto impatto ambientale nati dalla ricerca e poi brevettati.

La progettazione è stata strutturata cooperando con partner e fornitori sia per ottimizzare i costi di progettazione sia per limitare i consumi di materia prima.

02

**Target precisi per conseguire un minor impatto ambientale della produzione.**

Impresa operativa nelle attrezzature sportive di montagna

Dal 2015 ha aderito United Nations Global Compact. Per raggiungere obiettivi concreti di maggiore sostenibilità, ha fissato target interni formali: riduzione del 30% delle emissioni di CO2 nel 2030 e del 40% nella produzione di rifiuti nel 2025.

FONTE: Analisi interne Banca Ifis

Nota  
metodologica



# Nota metodologica e perimetro di indagine.

L'indagine analizza la struttura del tessuto delle imprese operative nello sportssystem italiano con riferimento alla filiera degli sport della montagna.

La ricerca, è stata condotta attraverso la somministrazione di un questionario strutturato (CAWI/CATI) su un campione di imprese della filiera della manifattura (tessile/abbigliamento, calzature, e componenti per calzature, attrezzature sportive e componenti per attrezzature sportive).

## PERIODO DI EFFETTUAZIONE DELLE INTERVISTE.

Dal 22 dicembre 2020 al 19 gennaio 2021.

## DISEGNO DEL CAMPIONE:

Campione di imprese appartenenti alla filiera dello sport system di montagna. Domini di studio del campione: Area geografica (Nord ovest, Distretto Montebelluna /Asolo, Nord est, Centro, Sud e Isole); Classe di addetti (10-19 addetti, 20-49 addetti, 50-249 addetti); Settore di attività (Tessile / abbigliamento sportivo, Calzature sportive, Attrezzature sportive); Fatturato (Tra 500k € e 2,5 mln €; Tra 2,5 mln € e 5 mln €; Tra 5 mln € e 10 mln €; Tra 10 mln € e 50 mln €).

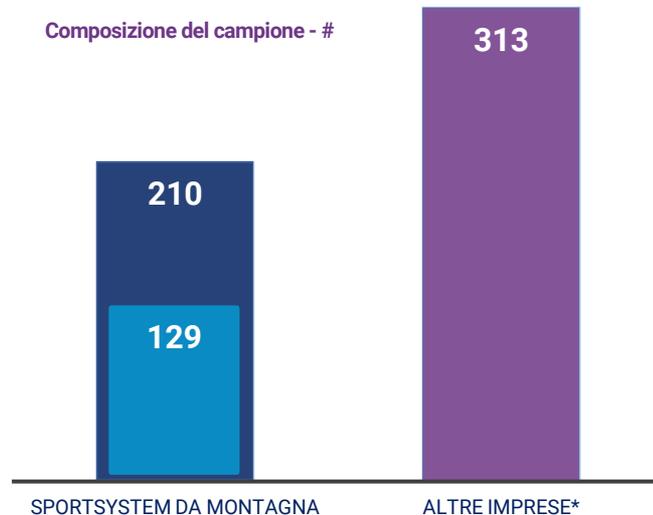
## NUMEROSITA' CAMPIONARIA.

Numerosità campionaria complessiva: 523 casi. Anagrafiche «non reperibili»: 270 (7,1%); «rifiuti»: 2.996 (79,1%); «sostituzioni»: 3.266 (86,2%). Intervallo di confidenza 95%. Fonte: Camere di Commercio.

## COMPOSIZIONE DEL CAMPIONE:

- › imprese che si occupano della produzione di prodotti per gli sport di montagna, ma non unicamente o in via prioritaria: #210;
- › di cui che si occupano della produzione di prodotti per gli sport di montagna unicamente o in via prioritaria: #129;
- › imprese appartenenti alla manifattura che non fanno parte della filiera dello sportssystem di montagna: # 313

## Composizione del campione - #



\* Altre imprese appartenenti alla manifattura (tessile/abbigliamento, calzature, e componenti per calzature e attrezzature) che non fanno parte della filiera dello sportssystem di montagna  
ONTE: Ricerca Banca Ifis in partnership con Format Research

# Avvertenza generale.

## **LA PRESENTE PUBBLICAZIONE È STATA REDATTA DA BANCA IFIS.**

Le informazioni qui contenute sono state ricavate da fonti ritenute da Banca Ifis affidabili, ma non sono necessariamente complete e non può esserne garantita l'accuratezza.

La presente pubblicazione viene fornita per meri fini di informazione e illustrazione, non costituendo pertanto, in alcun modo, un parere fiscale e di investimento.

## **NOTA METODOLOGICA.**

Questo studio si basa sull'analisi congiunta delle seguenti fonti: bilanci delle imprese depositati in Camera di Commercio al 31 dicembre 2020 da base dati CERVED, survey realizzata da Format Research.

fattore

I.

Febbraio 2021

Segui le storie  
delle PMI stellari su  
[www.bancaifis.it](http://www.bancaifis.it)

