

Forbes Sport & Innovation: lo sport come motore di cultura, business e benessere

2025-06-02 10:00:16 di Forbes.it

URL:<https://forbes.it/2025/06/02/forbes-sport-innovation-lo-sport-come-motore-di-cultura-business-e-benessere/>

Nel secondo panel dell'evento *Forbes Sport & Innovation*, il dibattito si è allargato oltre il calcio, coinvolgendo imprese, infrastrutture, brand lifestyle e storie di atleti che hanno trasformato la propria esperienza in leve di cambiamento. Il panel, moderato dal giornalista **Daniel Settembre**, ha ospitato **Boris Zanoletti** (Cisalfa), **Davide Tomaselli** (Metro 5), **Pietro Colturi** (Burton/B Factory) e **Filippo Magnini**, ex campione del mondo di nuoto. **Lo sport che unisce impresa, città e persone – L'introduzione di Daniel Settembre** “Lo sport è un'industria, ma è anche un ponte tra generazioni, territori e settori. Non è solo competizione, è una lente con cui leggere la società.” Con queste parole, Daniel Settembre ha introdotto un confronto pensato per esplorare come lo sport possa generare valore in ambiti diversi, dal retail alla mobilità, dall'educazione al benessere psicofisico. **Boris Zanoletti (Cisalfa): internazionalizzazione e cultura sportiva** Per Boris Zanoletti, il passaggio da leader nazionale a brand europeo è stato chiaro: “Abbiamo acquisito due aziende in Germania ed è stato un passaggio culturale e organizzativo profondo, ma necessario. Siamo diventati il primo player del mercato tedesco degli articoli sportivi.” Accanto alla crescita di business, Zanoletti ha rimarcato la responsabilità sociale dello sport: “Promuovere il benessere fisico e mentale non significa puntare all'agonismo, ma avvicinare le persone alla cultura del movimento.” Presentando i dati della ricerca “Sport e benessere: tra il dire e il fare”, ha aggiunto: “L'80% degli italiani dichiara di fare sport, ma spesso si tratta solo di movimento quotidiano. Il 75% chiede più educazione allo sport nelle scuole.” E l'obiettivo è chiaro: “Il prossimo step sarà portare questa ricerca nelle scuole, con oltre 5.000 studenti coinvolti in workshop dedicati a inclusione e benessere.” **Davide Tomaselli (Metro 5): mobilità e sport per la città** Davide Tomaselli ha portato una prospettiva originale sul tema, mostrando come una rete metropolitana possa essere un attivatore sociale: “La Linea Lilla è nata da una partnership pubblico-privata. Durante il Covid abbiamo trasformato una stazione in presidio sanitario. È stato un esempio concreto di servizio alla comunità.” Metro 5 ha avviato l'iniziativa della *metropolitana dello sport*, legata anche alla sua mappa urbana: “Tocchiamo luoghi simbolo come San Siro e l'ippodromo. Abbiamo promosso iniziative con associazioni sportive e realtà che valorizzano sport minori.” Un impegno che nasce anche da dentro l'azienda: “Tutto nasce da una passione interna. Molti di noi fanno sport e questo ci ha spinto a costruire collaborazioni concrete per promuovere uno stile di vita attivo.” **Pietro Colturi (Burton/B Factory): dal lifestyle alla coerenza di brand** Pietro Colturi ha raccontato la sua transizione da atleta a imprenditore: “Ho iniziato in Burton a 25 anni, senza esperienza manageriale. Ma lo sport mi aveva già insegnato tutto: sacrificio, visione, determinazione.” Il valore distintivo del brand è chiaro: “In Burton è vietato indossare la cravatta e se nevicava oltre mezzo metro l'azienda chiude. Andiamo tutti a fare snowboard.” Un'identità forte, coltivata nel tempo: “Ci siamo sempre rifiutati di snaturare la nostra identità. Anche oggi, con l'iper-esposizione social, vogliamo parlare ai giovani con autenticità, senza perdere i valori originari dello sport.” **Filippo Magnini: la disciplina dello sport, applicata alla vita** Filippo Magnini ha portato la sua esperienza di atleta come metafora di vita: “Ho nuotato ogni giorno per 30 anni. La disciplina che mi ha fatto alzare all'alba per allenarmi è la stessa che applico nel lavoro e nella vita.” Ha ribadito l'importanza di uscire dalla logica “sport = agonismo”: “Lo sport non deve essere solo alto livello. È quotidianità, è benessere. Dobbiamo far capire che muoversi migliora la qualità della vita.” Magnini è oggi coinvolto in diversi progetti scolastici: “Faccio parte del team Illumina di Sport e Salute. Progetti come ‘Scuola Attiva Kids’ servono a far capire che il movimento è inclusione, condivisione, energia positiva.” Un'ultima riflessione riguarda l'accessibilità: “Non è normale dover cercare strutture sportive accessibili. Serve più disponibilità, più apertura. Anche questo è promuovere il benessere.”