



INDUSTRIA DEGLI SPORT INVERNALI: AUSTRIA E ITALIA CAMPIONI OLIMPICI

In crescita il mercato Winter Sports mondiale nel 2026 (+6%)

Italia terza nelle esportazioni mondiali di beni per sport invernali, con una quota dell'11%, dietro ad Austria (17%) e Cina (13%)

Attrezzature sciistiche: il Made in Europe si prende tutto, grande assente il Far East

L'alta redditività premia i prodotti Made in Italy nei Winter Sports

Filiera italiana delle attrezzature sciistiche ambasciatrice nel mondo: l'export vale il 79,2% delle vendite

Distretto di Asolo-Montebelluna: capitale mondiale dello scarpone da sci

Milano, 4 febbraio 2026

In occasione delle Olimpiadi di Milano-Cortina, l'**Area Studi Mediobanca** presenta il report sull'**industria degli sport invernali, analizzata a livello mondiale, europeo e italiano** e ne approfondisce la mappa produttiva e le specializzazioni settoriali, soffermandosi in particolare sulle **attrezzature sciistiche**, il comparto prevalente. Sono esaminati i dati finanziari delle **55 maggiori multinazionali** e delle **86 principali aziende italiane Sport&Outdoor**, confrontate con quelle **Winter Sports (30 nazionali)**. Il report è integrato dall'analisi della filiera manifatturiera degli sport invernali e delle loro discipline olimpiche.

Il report completo è disponibile per il download sul sito www.areastudimediobanca.com

I primati dell'Italia

L'Italia è il quinto esportatore mondiale di prodotti sportivi, con una quota del 3,8% dietro a Cina (30,6%), Vietnam (9,3%), Germania (5,5%) e Stati Uniti (4,4%). Negli **articoli per sport invernali**, il primato italiano è molto più evidente: il nostro Paese rappresenta **l'11% delle esportazioni mondiali**, collocandosi **al terzo posto** dietro all'**Austria** (17%) e alla Cina (13%). **Almeno un prodotto winter sports su dieci esportati nel mondo è italiano**, a conferma di una presenza robusta e consolidata a livello globale. Questo posizionamento riflette non solo l'ampiezza dell'offerta italiana negli articoli per sport invernali, ma anche la specializzazione qualitativa, dimostrando una capacità di competere soprattutto sul valore aggiunto.

Nel mercato delle attrezzature sciistiche, **l'Italia detiene la leadership mondiale negli scarponi**. Il distretto dello **Sportssystem di Asolo-Montebelluna** è considerato **l'eccellenza mondiale per lo scarpone da sci e il più famoso distretto dello sport nel mondo**: qui hanno sede i centri di ricerca e sviluppo della quasi totalità dei produttori mondiali di scarponi, oltre a tutti i fornitori di componenti e materiali tecnici. Ciò rende indispensabile, per chiunque produca scarponi da sci, avere una propria presenza in questo distretto, culla di ideazione, design, innovazione, progettazione e industrializzazione del prodotto e di tutto il know-how artigianale e tecnologico connesso allo scarpone. Nel mercato delle attrezzature sciistiche, **Tecnica Group**, atto di nascita 1930, è il **secondo produttore mondiale di scarponi da sci**, con una quota del 22%, e il quinto di sci alpino, con l'11%. Nella Top10 dei produttori mondiali di scarponi, si collocano **altre tre imprese a controllo italiano**, tutte ubicate nel distretto dello Sportssystem, dove realizzano congiuntamente il 5% della produzione mondiale: **Unimonteco** (c/terzi), settima, **Rocca Group** (marchio Roxa), ottava, e **Calzaturificio S.C.A.R.P.A.**, nona.



Il distretto dello Sportsystem è leader anche **nel pattinaggio artistico**: i pattini da ghiaccio di alta gamma vengono prodotti qui da aziende quali **Edea** e **Rossignol Lange** (marchio *Risport Skates*), rispettivamente al secondo e terzo posto nel mercato mondiale del pattinaggio artistico dietro alla canadese **Jackson**.

Nelle **attrezzature snowboard**, **Core** (più nota come **Union Binding Company**), fondata nel 2004, è il **quarto operatore mondiale**, con una quota di mercato del 3,6%, e il secondo per vendite di attacchi dopo il leader statunitense Burton. Nel 2025 la Core, attraverso la Union Boot Division, ha inaugurato uno stabilimento a **Montebelluna** per la produzione di scarponi da snowboard a marchio proprio.

Tecnica e Core rappresentano anche casi di imprese italiane, di solito target dei gruppi internazionali, che hanno invece seguito il percorso inverso, **rilevando realtà oltreconfine**: Tecnica controlla marchi stranieri, come il tedesco Lowa (calzature outdoor), l'austriaco *Blizzard* (sci) e lo statunitense *Rollerblade* (pattini in linea), mentre Core detiene il brand di tavole da snowboard austriaco *Capita*. Si segnala inoltre la recente acquisizione, nel settembre 2025, da parte del Gruppo altoatesino HTI-High Technology Industries della statunitense HKD Snowmakers, specializzata nell'innevamento programmato.

Il mercato mondiale

Nel 2025 si conferma il trend in crescita per la **Sport & Outdoor industry mondiale**, a differenza del fashion system ancora in ridimensionamento: il giro d'affari delle multinazionali Sport & Outdoor si stima pari a **385 miliardi di euro** (+3,2% sul 2024 rispetto al -2,6% per i big del lusso). Allargando l'arco temporale al periodo 2022-2025 l'industria dello sport è **cresciuta a doppia cifra** (+10,0%), con un tasso di sviluppo oltre il triplo di quello del fashion (+3,3%), resistendo alla volatilità economica, alle tensioni geopolitiche e all'evoluzione del comportamento dei consumatori. Il confine fra fashion e sport è però sempre più labile: le maison della moda si sono orientate anche verso il segmento dello sportswear tecnico di alta gamma. L'**incontro tra sport e lusso** non è una tendenza passeggera, ma un cambiamento strutturale che combina il mondo fashion con quello sportivo, in un ibrido lusso-sport.

Il giro d'affari della **Winter Sports industry mondiale** si stima pari a **13,5 miliardi di euro** nel **2025**, con aspettative di crescita per il **2026** al **+6%**. Il mercato comprende sia i prodotti c.d. **softgoods** (abbigliamento e calzature) sia l'attrezzatura sportiva invernale (**winter sports equipment**), a sua volta suddivisa in comparti che riflettono le principali discipline (sci, snowboard e altri sport prettamente invernali).

La **crescita** della **Winter Sports industry** è trainata dall'**incremento delle attività outdoor** (sci in particolare), inserite in un quadro più ampio di crescente attenzione al **benessere fisico e mentale**, sostenuto dalla purezza rivitalizzante dell'aria tipica degli ambienti montani, con l'Europa principale mercato per numero di comprensori e praticanti. Un ulteriore driver di espansione è rappresentato dall'**innovazione tecnologica** che continua a perfezionare sia l'abbigliamento che il mondo dell'attrezzatura sportiva, aumentando la sicurezza, riducendo il peso e migliorando comfort e prestazioni. Lo sviluppo degli impianti sciistici e di quelli per l'innevamento artificiale ha inoltre esteso l'accessibilità alle discipline invernali anche indoor, oltre le località e le stagioni tradizionali, introducendo i winter sports alle popolazioni urbane di nuove regioni.

Il valore del mercato delle **attrezzature sciistiche**, quello prevalente nell'ambito winter sports equipment, è stimato in **1,8 miliardi di euro** nel **2025**, con aspettative di crescita per il **2026** al **+4%**. Il giro d'affari è ripartito fra sette principali operatori: il Gruppo quotato finlandese **Amer Sports**, con il 27,2% dei ricavi aggregati, controllato dalla cinese ANTA Sports Products (che, pochi giorni fa, ha annunciato l'acquisto del 29% della tedesca Puma dalla holding francese Pinault Artemis), il Gruppo statunitense **Elevate Outdoor Collective** (19,2%), il francese **Groupe Rossignol** (14,6%), l'italiano **Tecnica Group** (11,1%), il Gruppo austriaco **HTM** (8,5%), quello sloveno **Elan** (6,8%) e l'altro operatore austriaco **Fischer** (6,6%), con il residuo 6,0% del giro



d'affari sviluppato da altri player. Emerge l'adozione da parte di tutti questi produttori della medesima strategia di integrazione delle diverse attrezzature sciistiche (in prevalenza scarponi, sci e attacchi), in modo da offrire un pacchetto completo ai consumatori. Il principale operatore mondiale è il Gruppo **Amer Sports** (cui fanno capo i brand *Atomic*, *Salomon* e *Armada*) che è anche il più diversificato e destagionalizzato (meno dipendente dagli sport invernali), così come il Gruppo **HTM** il cui acronimo sintetizza i tre principali brand detenuti, ovvero *Head*, *Tyrolia* e *Mares* (quest'ultimo, italiano, leader nelle attrezzature per immersioni subacquee). Anche **Tecnica Group** ha progressivamente trasformato la propria offerta per ridurre la stagionalità, grazie a marchi come *Lowa* nel settore calzature outdoor e *Rollerblade* nei pattini in linea che affiancano doposci (*Moon Boot*), scarponi e sci (*Nordica*, *Tecnica* e *Blizzard*). Risultano invece concentrati in massima parte sugli sport invernali i Gruppi **Elevate Outdoor Collective** (i cui marchi principali sono l'italiano *Dalbello*, i tedeschi *Völkl* e *Marker*, il norvegese *Madshus* e l'americano *K2*), *Rossignol* (brand *Rossignol*, *Lange*, *Dynastar*, *Look*, *Risport Skates* e *Kerma*), *Fischer* ed *Elan*. La strategia di destagionalizzazione del business appare efficace: i Gruppi HTM, *Tecnica* e *Amer Sports* si distinguono per redditività più elevata, con *ebit margin* rispettivamente del 9,5%, 9,1% e 8,5%.

Il **grado di apertura dell'equity** del comparto è rilevante, con tre dei sette maggiori operatori interamente controllati da fondi di private equity: *Elevate Outdoor Collective*, *Rossignol* ed *Elan*. *Tecnica Group*, a controllo familiare, è partecipata al 40% da *Italmobiliare*, mentre *Amer Sports* è quotata. Solo *Fischer* e *HTM* sono interamente a proprietà familiare.

La **produzione** delle attrezzature sciistiche appare concentrata: i primi tre player (*Amer Sports*, *Tecnica* e *Rossignol*) coprono oltre i due terzi della fabbricazione mondiale di scarponi da sci, così come i primi tre operatori (*Amer Sports*, *Rossignol* ed *Elevate Outdoor Collective*) superano la metà della manifattura globale di sci. La **mappa produttiva mondiale** risulta **euro-centrica**: le fabbriche di attrezzature sciistiche sono prevalentemente ubicate in Europa. **Grande assente il Far East**, se non per la **Cina**, con qualche produzione industriale, e il **Giappone**, dove si concentra insieme con l'Europa la manifattura di sci artigianali. La presenza di un solo paese asiatico (la Cina) fra i Top5 esportatori globali di articoli per sport invernali conferma la **leadership europea** nel settore winter sports. **L'Austria è leader mondiale nella produzione di sci**: garantisce qualità, innovazione e vicinanza alle Alpi, dove vengono testati i prodotti, ma le principali aziende di sci mondiali sono presenti su tutto l'arco alpino, in Francia, Germania, Italia, Slovenia e Svizzera.

Il **processo di produzione di uno scarpone** da sci è altamente tecnico e complesso, coniuga l'artigianalità con l'innovazione grazie all'uso di apparecchiature sofisticate che richiedono ingenti investimenti e si svolge in più fasi, combinando materiali avanzati, design ergonomico e test rigorosi. Il ciclo produttivo completo include sia le fasi iniziali di ideazione, sviluppo, progettazione e prototipazione, che la maggioranza dei player mondiali effettua nel distretto di Asolo-Montebelluna, sia i passaggi successivi di produzione in serie. Considerando l'intero processo produttivo dello scarpone, ovvero sia la manifattura della scarpetta interna (parte più labour intensive) sia quella del gambetto e dello scafo, **la produzione pro-capite si attesta mediamente a circa 15 paia di scarponi al giorno**.

Il comparto degli **attacchi da sci**, essenziali per la sicurezza, è presidiato dai Gruppi HTM, *Rossignol* ed *Elevate Outdoor Collective* che difendono, rispettivamente, i marchi più longevi del settore *Tyrolia*, *Look* e *Marker*, e sono affiancati dal Gruppo *Amer Sports* (*Atomic* e *Salomon*).

Nella produzione di **sci di fondo**, il podio vede al primo posto **Fischer**, seguito dal norvegese **Madshus** e da **Rossignol**.

Nel mondo delle attrezzature sciistiche il **marchio** più longevo è l'austriaco *Kneissl* (sci dal 1862), seguito dal norvegese *Madshus* e dal francese *Rossignol*. Anche il brand più recente è austriaco: *Van Deer* nel 2025 ha lanciato una linea di scarponi prodotti in Italia, nel distretto dello Sportssystem, e dal 2021 realizza sci in Austria. La Germania, con la **Leki**, è invece leader nei bastoncini (prodotti in Repubblica Ceca), seguita dalla **Komperdell** che li fabbrica in Austria; nello stesso comparto operano anche diverse piccole realtà italiane con produzione Made in Italy (così come nel settore dei caschi).

Il mercato delle **attrezzature snowboard**, secondo per dimensione nell'ambito winter sports equipment, vale circa **1,1 miliardi di euro** nel **2025**, con aspettative di crescita per il **2026** al **+6%**. Il giro d'affari è ripartito fra cinque principali operatori e vari player di minori dimensioni: il Gruppo statunitense **Burton**, con il 27,3% dei ricavi aggregati, lo svizzero **Nidecker** (7,4%), un altro a stelle e strisce, **Mervin Manufacturing** (4,7%), l'italiano **Core** (3,6%) e un altro elvetico, **Nitro** (3,5%), con il residuo 53,5% del giro d'affari sviluppato da altri player. Come già evidenziato nel mondo dello sci, anche nello snowboard è comune l'adozione da parte di tutti questi operatori di una strategia di integrazione produttiva (in prevalenza scarponi, tavole e attacchi).

Il **grado di apertura dell'equity** è limitato: solo la statunitense Mervin Manufacturing fa capo a un fondo di private equity, mentre tutti gli altri principali operatori sono a controllo familiare.

La **mappa produttiva mondiale**, diversamente da quanto emerso per lo sci, risulta **asia-centrica**: le fabbriche di attrezzature snowboard sono prevalentemente ubicate nel Far East (Cina, Taiwan e Giappone), mentre negli Emirati Arabi si concentra quasi un terzo della produzione globale di tavole.

Gli **impianti di risalita e di innevamento artificiale**, i battipista per la preparazione delle piste e le macchine rasa ghiaccio per la messa a punto degli stadi del ghiaccio completano il quadro degli sport invernali e rappresentano un **concentrato di know-how industriale italiano**. Leader di mercato nel settore degli impianti di risalita è il Gruppo altoatesino **HTI-High Technology Industries**, davanti all'austriaco Doppelmayr; nei battipista emerge una co-leadership italo-tedesca con i marchi *Prinoth* e *JARRAF* (sempre Gruppo **HTI**) e *PistenBully* (**Gruppo Kässbohrer**); nei sistemi di innevamento artificiale si colloca al primo posto un'altra altoatesina, **TechnoAlpin** e, nelle macchine rasa ghiaccio, la californiana Zamboni precede la **Engo** e la **WM Technics**, entrambe con sede nella provincia di Bolzano. Anche negli impianti del ghiaccio il podio dei principali operatori è condiviso fra Europa e Nord America e si distingue l'altoatesina **Intercom Dr. Leitner**, specializzata in piste di pattinaggio (marchio *REALICE*).

A livello di **discipline olimpiche invernali**, oltre al mondo dello sci, dello snowboard e del pattinaggio (di figura, di velocità e short track), si ricordano gli sport di slittino (bob e skeleton e slittino), il curling, l'hockey su ghiaccio e il biathlon. I **bob, skeleton e slittini** per uso agonistico e professionale sono progettati e costruiti da piccole aziende specializzate in materiali compositi e ingegneria aerodinamica, la maggioranza delle quali ha sede in località alpine europee e in Nord America. Nelle attrezzature per il **curling** (pietre, scope e calzature tecniche) e in quelle per **hockey su ghiaccio** la leadership produttiva appartiene al Canada dove entrambi sono considerati sport nazionali. Nel comparto del **biathlon**, invece, la fabbricazione di fucili, calci e impugnature specializzate è in massima parte europea; i Gruppi **Fiocchi Munizioni** e **Beretta Holding**, quest'ultima tramite la controllata tedesca RWS GmbH, sono i principali produttori di munizioni per le carabine sportive.

Gli operatori italiani Winter Sports nell'ambito dell'industria sportiva nazionale

Le **aziende produttive italiane** del comparto **Winter Sports** selezionate, ognuna con fatturato maggiore di 19 milioni e con una forza lavoro superiore alle 50 unità (cui è stato aggiunto un panel di imprese di minori dimensioni, ma particolarmente rilevanti nel settore degli sport invernali) hanno sviluppato un **giro d'affari** aggregato pari a oltre **3,2 miliardi di euro** nel 2024 (-4,3% sul 2023 e **+4,0% sul 2022**), con l'impiego di oltre 13.300 **dipendenti** (-0,3% sul 2023 e **+7,1% sul 2022**). Le stime per il **2025** indicano un incremento del **giro d'affari attorno al 2%**. Le aziende esaminate fanno parte del più ampio comparto **dell'industria sportiva italiana** che registra un valore aggiunto pari allo **0,15% del PIL** nazionale nel 2024. Le maggiori imprese Sport & Outdoor (86 società, ognuna con fatturato maggiore di 19 milioni e con una forza lavoro superiore alle 50 unità) hanno sviluppato ricavi aggregati pari a 12,3 miliardi di euro nel 2024 (+2,0% sul 2023 e +4,0% sul 2022), con una crescita stimata del 3% per il 2025. **Gli sport invernali trainano l'industria sportiva manifatturiera italiana di cui rappresentano il 35% dei ricavi complessivi.**



La categoria più rappresentativa è quella degli operatori **winter sports equipment-facilities** (produttori di impianti e macchinari per sport invernali), con il 56,8% del fatturato aggregato, davanti alle imprese **winter sports equipment-skis** (produttori di sci e snowboard, scarponi, attacchi, bastoncini, caschi e altre protezioni, pattini da ghiaccio, allestimento e messa in sicurezza delle piste da sci), con il 25,9%, e alle aziende che producono **softgoods** (abbigliamento e calzature invernali), con il residuo 17,3%.

L'organizzazione produttiva di queste imprese è in massima parte in-house, privilegiando una strategia di manifattura diretta in stabilimenti propri. Le produzioni delegate a fornitori esterni selezionati sono tendenzialmente quelle relative ad abbigliamento e calzature, ma creazione, progettazione, design e sviluppo del prodotto sono sempre condotte internamente e restano in capo all'azienda italiana.

L'industria sportiva invernale italiana è **concentrata nel Nord Est: Trentino Alto-Adige e Veneto realizzano insieme l'89,6% dei ricavi aggregati** (con il 55,7% generato dalla provincia di Bolzano e il 23,8% da quella di Treviso), seguite a distanza dalla Lombardia (5,8%). Queste cifre sono garantite sia dal ruolo primario giocato dai **produttori di impianti e macchinari per sport invernali** (impianti di risalita e di innevamento artificiale, battipista e veicoli cingolati, macchine rasa ghiaccio e piste di pattinaggio), che in gran parte hanno sede in Alto Adige, sia dall'importanza del **distretto dello Sportsystem di Asolo-Montebelluna**, baricentro mondiale per l'industria dello scarpone da sci.

Nel comparto Winter Sports prevalgono di gran lunga le imprese a controllo italiano che rappresentano il 90,3% delle vendite complessive, mentre quelle a **controllo estero** si fermano a un decimo del totale. Tale quota è inferiore sia a quella registrata dalla Sport & Outdoor industry italiana, dove la presenza di gruppi stranieri si attesta al 25,9%, sia soprattutto a quella della moda dove l'azionista estero, che predilige l'alto di gamma, tocca il 38,8% dei ricavi totali.

Nel 2024 medaglia d'oro per fatturato al Gruppo **HTI-High Technology Industries** (1.404,2mln) controllato dalla famiglia altoatesina Seeber, leader mondiale negli impianti e macchinari per sport invernali, con 21 siti produttivi (di cui sette in Italia). Seguono due aziende venete, **Tecnica Group** (516,9 milioni), leader nel mercato dell'articolo sportivo invernale e nota per il Moon Boot, iconico doposci ideato da Giancarlo Zanatta nel 1969, e **F.lli Campagnolo** (213,7mln) che offre abbigliamento e calzature da montagna in massima parte con marchio CMP. Quarto posto per **TechnoAlpin** (210,0mln), leader nei sistemi di innevamento artificiale con sede a Bolzano e controllata da Erich Gummerer, e quinto per **Kappa** (120,4mln), parte del Gruppo torinese quotato BasicNet che fa capo alla famiglia Boglione, specializzata in abbigliamento sportivo nel comparto sci e calcio.

La **redditività** della Winter Sports industry italiana segna una dinamica altalenante dal 9,0% di ebit margin del 2022 al 10,0% del 2023 e all'8,8% del 2024. Trend decrescente per gli operatori softgoods e winter sports equipment-skis i cui margini risultano in contrazione nel triennio (rispettivamente -3,9 p.p. e -3,2 p.p. di ebit margin sul 2022) così come quelli dell'industria Sport & Outdoor manifatturiera italiana (-1,2 p.p.). Nel 2024 performano meglio le imprese che producono attrezzature sciistiche (9,1%, ebit margin superiore anche all'8,8% della moda italiana) e impianti e macchinari per sport invernali (8,9%) rispetto ai produttori di softgoods (8,1%).

Nel 2024 il **podio per redditività premia i prodotti Made in Italy** che coniugano alta qualità, estetica, funzionalità e innovazione: **Edea** (ebit margin al 42,0%), controllata al 60% dal fondo Alcedo e al 40% dalla fondatrice Sabrina Merlo, produce scarpe per pattinaggio artistico su ghiaccio e a rotelle nel distretto di Asolo-Montebelluna, la modenese **Atk Sports** (26,1%), controllata dal fondo Progressio al 65% e dalla famiglia Indulti al 35%, realizza attacchi per sci alpinismo a Maranello (è la maggiore azienda italiana nella fabbricazione di attacchi, seguita dalla valtellinese Ski Trab e dalla vicentina V-TEC), **Unimonteco** (25,0% nel 2023), controllata da



Venesport, e **Rocca Group** (19,6%), della famiglia Rosato, fabbricano scarponi da sci, la prima a Montebelluna per i principali player mondiali, e la seconda ad Asolo anche con marchio proprio Roxa, ereditando l'eccellenza artigianale e il know-how calzaturiero del distretto dello Sportsystem. In quinta posizione la valtellinese **Core** (16,7%), controllata da Martino Fumagalli.

La **proiezione internazionale** è una delle caratteristiche più rappresentative della **filiera produttiva di attrezzature sciistiche** che si conferma ambasciatrice del Made in Italy nel mondo: il **79,2%** del fatturato complessivo proviene dall'estero. Tale apertura ai mercati oltre confine risulta superiore sia a quella del comparto Winter Sports (54,1%), sia a quella della Sport & Outdoor industry italiana manifatturiera (64,3%) e sia a quella della moda italiana mass-market (ferma al 37,0% contro il 70,6% dei prodotti di alta gamma). Con quote di export maggiori del 90% si distinguono: **Core** (95,7%), l'altoatesina **Engo** (94,0%), controllata dalla TechnoAlpin, **Tecnica Group** (93,3%) e **Rocca Group** (90,7%). Le aziende italiane possono contare su una solida rete di esportazione che consente di ridurre l'esposizione alle geografie in maggiore sofferenza.

Relativamente alla **mappa produttiva, le aziende Winter Sports collocano mediamente il 48,6% dei propri siti in Italia** e il 51,4% all'estero: 40,0% in Europa, 5,7% in Nord America, 4,3% in Asia e 1,4% in Africa. A titolo di confronto, la Sport & Outdoor industry italiana tende a delocalizzare maggiormente la produzione (60,3% la quota di siti esteri), con un peso della manifattura asiatica quasi tre volte superiore (11,5%). Accanto all'attività manifatturiera, le aziende Winter Sports si concentrano su design, ricerca, sviluppo e innovazione, tutte funzioni ubicate in massima parte in Italia, dove i prodotti vengono concepiti, progettati e ingegnerizzati.

Sul fronte patrimoniale, nel triennio 2022-2024 la solidità delle aziende del panel è in miglioramento: la leva finanziaria è diminuita dal 60,7% del 2022 al 45,5% del 2024, grazie all'incremento del capitale netto (+19,5%) e al contestuale contenimento dei debiti finanziari (-10,4%). A sua volta, la crescita dei mezzi propri è alimentata dal cumulo dei risultati netti e dalla limitata propensione alla distribuzione di dividendi, con le società che preferiscono reinvestire nel business gli utili realizzati.