

L'Economia

STRATEGIE

# APP PER TUTTI TECHNOGYM 4.0 UN FUTURO DA MEDIA COMPANY

La salute del pianeta passa dal benessere delle persone: «Chi si cura di se stesso si cura anche dell'ambiente», è la convinzione di Nerio Alessandri, ceo, presidente e fondatore di Technogym. Ed è la base per il futuro dell'azienda di Cesena che produce attrezzature per palestra e fitness. «Se si promuovessero salute e prevenzione a livello globale, si genererebbe un sistema virtuoso che andrebbe a vantaggio del Pianeta», è convinto Alessandri. Ecco perché il suo prossimo obiettivo è rendere Technogym accessibile a un pubblico sempre più vasto, per farne una piattaforma di *education*, in sinergia con le palestre, e sensibilizzare alla cura del proprio benessere il maggior numero di persone.

Il primo passo è la nuova app, che Alessandri annuncia in anteprima a

Il fondatore e ceo Alessandri: «Diventiamo una piattaforma di educazione al benessere con contenuti gratis e on demand». Il 2021 partito col segno più: obiettivo un miliardo di ricavi. Lo sguardo verso l'Asia

di **Giulia Cimpanelli**

18

Milioni gli utenti, oggi, della app Mywellness

prenditore —: l'home fitness non potrà mai sostituire la varietà dell'offerta e i servizi del fitness club. Non sarà un'alternativa, ma si aggiungerà alla palestra. Technogym App rappresenta un'opportunità per i club: possono riportare in palestra l'enorme comu-



**Protagonista**

Nerio Alessandri ha fondato Technogym, l'azienda di Cesena specializzata in attrezzi per palestre e fitness. Ora il lancio di una nuova app per allenamenti gratuita

30%

La quota del business di Technogym oggi rappresentato dall'home fitness, gli allenamenti a casa. Era la metà prima dello scoppio della pandemia

nità di persone che durante la pandemia ha continuato ad allenarsi a casa».

Il lancio dell'app è il risultato di un lungo processo che ha visto la società romagnola protagonista di tutti i cambiamenti epocali della tecnologia. Era il 1996 quando Alessandri costituì a Seattle la società Mywellness Inc, per sviluppare i software che avrebbero rivoluzionato il mondo del fitness. Nel 2000 è passato sulla rete, nel 2010 al wi-fi e nel 2012 Mywellness al cloud.

Ora, Technogym si configura anche come una media company, che propone contenuti digitali agli utenti: all'interno dell'headquarter di Cesena (che impiega un migliaio dei circa 2.300 dipendenti del gruppo) sono stati costruiti dei veri e propri studi televisivi per registrare sessioni di fitness a puntate, come una serie Netflix.

Con Technogym app, tutti potranno fruire di questi contenuti: così i servizi dell'azienda, da sempre posizionata a un livello premium di clientela, diventano alla portata di una vasta platea. «La nostra chiave gialla negli anni Novanta era usata da cinque milioni di utenti nel mondo, Mywellness ha oggi 18 milioni di utenti registrati e questa app aumenterà ancora la community», spiega il ceo.

**Espansione**

Il digitale ormai vale l'80% del lavoro di Technogym: «Abbiamo prodotti a cui aggiungiamo sempre più servizi e contenuti, l'app amplia l'ecosistema digitale. Offrire servizi aumenta il nostro fatturato ma soprattutto ci rafforza, con un vantaggio competitivo sui concorrenti», spiega il ceo.

Dopo un 2020 in crescita per l'home fitness ma difficile in generale, Technogym ha chiuso il primo trimestre 2021 in crescita e prospetta di superare gli obiettivi prefissati per quest'anno, per arrivare a circa un miliardo di fatturato nel 2024 (fatturato 2019: 669 milioni di euro). «Il primo semestre 2021 si chiuderà in crescita, in linea con i nostri programmi — racconta Alessandri —. Durante la pandemia abbiamo rafforzato il segmento home fitness che ora rappresenta oltre il 30% del business (era il 15 pre pandemia, ndr). Gli Stati Uniti, dove il settore del fitness si è già ripreso del tutto, sono il primo dei cento mercati in cui è presente l'azienda di Alessandri, che nel frattempo si sta concentrando anche sui Paesi emergenti. «India e Cina si stanno emancipando, sono mercati enormi: puntiamo la nostra attenzione in Asia», conclude il ceo.

Intanto, Technogym torna per l'ottava volta alle Olimpiadi, a Tokyo, come fornitore ufficiale.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



**Il fitness sarà sempre più ibrido: aumentiamo i servizi digitali per diventare più competitivi**

L'Economia. Un'applicazione gratuita per tutti, con la possibilità di accedere a servizi premium a pagamento, che si connette alle macchine e agli attrezzi Technogym a casa o in palestra, ma che può essere utilizzata anche per allenarsi a corpo libero, ovunque ci si trovi. Ci sono allenamenti con video on-demand dei trainer e *precision programs*, adattati in base agli obiettivi personali, al tempo e alle attrezzature, se disponibili.

**I nuovi modelli**

Un futuro che la vede la società trasformata non solo in una piattaforma di educazione, ma anche in una media company, grazie a una fortissima strategia digitale, costruita in quasi 30 anni di attività. Racconta Alessandri: «Per noi la pandemia è stata un'opportunità di crescita. La prevenzione è molto importante per la salute: una recente ricerca del British Journal of Sport Medicine dimostra che in caso di Covid chi non svolge regolare attività fisica ha il 73% in più di probabilità di subire conseguenze gravi. Grazie alla nostra piattaforma digitale Mywellness le palestre sono riuscite a proporre ai loro soci contenuti per allenarsi anche da casa, così da fidelizzarli». In questo modo è stato consacrato l'allenamento «dove si vuole, quando si vuole». «Il fitness del futuro sarà ibrido — spiega l'im-