

Fitness

Ricavi Technogym sempre più tonici «Intercettata la ripresa delle attività»



Technogym chiude il primo semestre 2022 con ricavi in crescita del 17,7% a 325,22 milioni di euro, con un risultato operativo di 28,7 milioni. L'utile è di 23,5 milioni. Nerio Alessandri (**foto**), presidente e ad: «Abbiamo intercettato la ripresa dell'attività di fitness club, hotel e centri medici».

Cesena

Economia

Technogym supera anche i livelli pre-Covid

Primo semestre da incorniciare per l'azienda di Nerio Alessandri: il fatturato è il 10% superiore rispetto allo stesso periodo del 2019

Volà il fatturato di Technogym nei primi sei mesi del 2022: l'azienda fondata da Nerio Alessandri - leader nella produzione di tecnologie e attrezzatura per il fitness e quotata in Borsa dal 2016 - ha registrato un incremento pari a +17,7%, con performance a doppia cifra nei vari segmenti del mercato e in tutte le aree geografiche. Il balzo in avanti è rilevante anche rispetto ai livelli pre-pandemia: il fatturato del colosso cesenate del wellness è infatti superiore del 10% a quello realizzato nel primo semestre del 2019. Un'accelerazione importante, che conferma, secondo il fondatore e amministratore delegato Nerio Alessandri, il crescente interesse delle persone per la salute e l'esercizio fisico.

«Technogym ha intercettato appieno la ripresa dell'attività di fitness club, hotel e centri medici dopo lo stop causato dal Covid», commenta Alessandri. «Non solo: siamo stati i primi a cogliere le più ghiotte opportunità grazie al nostro ecosistema



digitale, progettato per offrire alle persone la possibilità di accedere al proprio programma di allenamento personalizzato in palestra come a casa, al lavoro come in viaggio». Il fondatore si riferisce, in particolare, alla piattaforma online 'Mywellness' e all'apposita app per smartphone, attualmente utilizzata da oltre 22 milioni di utenti in tutto il

mondo: l'idea del cosiddetto 'wellness on-the-go' (letteralmente, 'benessere in movimento'), esplosa a seguito della trasformazione digitale innescata dalla pandemia, era stata lanciata da Technogym già nel 2012. «Guardiamo al resto dell'anno con ottimismo», prosegue Alessandri. «Star bene conviene alle

persone, alle imprese e ai governi. Oggi più che mai, wellness e salute sono una priorità: in molti Paesi, i governi sono attenti a politiche incentrate sulla promozione di sani stili di vita, le imprese investono sulla salute dei propri collaboratori e le persone sono consapevoli dei benefici ottenuti dalla pratica di un regolare

esercizio fisico».

Tornando ai numeri approvati in Consiglio di Amministrazione e resi noti ieri, si evidenzia come i ricavi consolidati ammontino, nel I semestre 2022, a oltre 325 milioni di euro: erano stati poco più di 276 nello stesso periodo dell'anno precedente (+17,7%). Migliorano, rispetto al 2021, anche l'utile netto (+24,7%) e il margine operativo lordo, indicatore del risultato operativo dell'azienda (+8%): un'ottima performance, realizzata malgrado l'incremento generalizzato dei costi di produzione (dovuti al caro energia e alla crisi delle materie prime) non sia stato ancora compensato dagli aumenti di listino decisi nel corso dell'anno. Guardando nel dettaglio alle aree geografiche, spiccano la ripresa del mercato nordamericano (+52,6%) e di quello europeo, Italia esclusa. Le aspettative restano elevate anche per il secondo semestre 2022.

Maddalena De Franchis

Cesena

IL BILANCIO

Technogym, nel primo semestre il fatturato è cresciuto del 17,7%

Ancora meglio l'utile netto valutato in 25 milioni di euro, con un incremento del +24,7%

CESENA

Il consiglio di amministrazione di Technogym Spa ha approvato in data odierna la relazione finanziaria semestrale consolidata al 30 giugno 2022 redatta secondo i principi contabili internazionali Ias/Ifrs.

Il fatturato

Il primo semestre dell'anno ha mostrato un forte recupero dei segmenti BtoB raggiungendo un fatturato che ha segnato +17,7% nel semestre con 325,2 milioni di euro, rispetto ai 276,3 milioni del primo semestre 2021. A cambi costanti l'incremento è +14,9%. Forte crescita in Nord America (+52,6%).

L'Ebitda

In termini di Ebitda Adjusted si registra un miglioramento rispetto allo scorso esercizio, nonostante l'aumento dei costi produttivi non sia ancora stato compensato dagli aumenti di listino decisi nel corso dell'anno. L'Ebitda adj ammonta a 51,8 milioni, +8,0% rispetto ai 48,0 milioni del primo semestre 2021.

La posizione finanziaria

La posizione finanziaria netta risulta in netta contrazione rispetto al 31 dicembre 2021 a causa

della stagionalità negativa del business nella prima parte dell'esercizio, al pagamento di dividendi agli azionisti nonché a un incremento del capitale circolante principalmente legato al pagamento ad alcuni fornitori nel corso dei primi mesi dell'esercizio corrente. La posizione finanziaria netta è di 46,4 milioni a fine giugno, rispetto ai 70,4 milioni di giugno 2021.

L'utile netto

L'utile netto Adjusted per le componenti non ricorrenti risulta in netto miglioramento rispetto allo scorso esercizio e beneficia della generale ripresa del business. L'utile netto adj è di 25,0 milioni, +24,7% rispetto ai 20,0 milioni del primo semestre 2021.

L'innovazione

L'innovazione rimane il motore della crescita di Technogym, che nel primo semestre dell'anno ha presentato Biostrength, la nuova linea per l'allenamento della forza (trend in grande crescita sul mercato), che grazie all'intelligenza artificiale si adatta a bisogni ed obiettivi di ogni singolo utente e offre una gamma unica di contenuti di allenamento con l'obiettivo di garantire un risultato del 30% superiore a parità di



La sede della Technogym

tempo di allenamento. Sono state anche lanciate nuove funzionalità di Technogym App e nuovi contenuti video nell'ambito della piattaforma Technogym Live. Oggi Technogym è presente in oltre 85 mila centri professionali e oltre 22 milioni di utenti utilizzano la piattaforma MyWellness

e la Technogym App a supporto del proprio allenamento.

Il commento di Alessandri

Nerio Alessandri, presidente e amministratore delegato, commenta: «Technogym ha intercettato la ripresa dell'attività dei fitness club, hotel e centri medici e il fatturato dei primi sei mesi dell'anno è in forte crescita in tutti i segmenti BtoB e anche il segmento BtoC si attesta ampiamente al di sopra dei livelli pre-pandemia. Technogym è oggi l'unico brand in grado di cogliere appieno tutte le opportunità di mercato, grazie al proprio ecosistema digitale, in grado di offrire alle persone la possibilità di accedere al loro programma

wellness personalizzato in palestra, a casa, al lavoro, in viaggio. La coerenza con il nostro posizionamento premium nei vari segmenti di mercato ci ha inoltre consentito di mantenere un'adeguata redditività e di guardare al resto dell'anno con ottimismo. Star bene conviene alle persone, alle imprese e ai governi. Oggi, più che mai, il wellness e la salute sono una priorità per tutti: in tutto il mondo i Governi sono sempre più attenti a politiche incentrate sulla prevenzione e sulla promozione dei sani stili di vita, le imprese investono sulla salute dei propri collaboratori e le persone sono sempre più consapevoli dei benefici del regolare esercizio fisico».

LA NOVITÀ DI QUESTO PERIODO

L'innovazione rimane il motore dello sviluppo con una nuova linea per l'allenamento della forza