QN Quotidiano Nazionale
Emilia Romagna Marche e Rovigo
CONFINDUSTRIA ROMAGNA
Data 04/11/2022
Pagina 22
Foglio 1

I numeri della realtà cesenate

Technogym corre veloce I ricavi crescono ancora

Technogym va di corsa. E non solo sui tapis roulant che accompagnano gli allenamenti dei più quotati atleti a livello planetario. L'azienda cesenate, leader a livello internazionale nel comparto del fitness, ha reso noti i dati di bilancio relativi ai primi nove mesi del 2022, che mostrano una crescita dei ricavi consolidati di oltre il 17%, passati dai 424,8 milioni dello stesso lasso di tempo del 2021 agli attuali 498,7. A segnare la strada è in particolare il segmento del 'Business to Business', quello cioè che riguarda le vendite in ambito aziendale, che ha registrato una crescita del 30,3%, arrivando a quota 380,5 milioni. Il comparto dedicato alla vendita ai consumatori invece registra un rallentamento (legato all'impatto del Covid), ma resta a un valore di molto superiore (+90%) rispetto a quanto registrato nel 2019.

«I risultati – è l'analisi del presidente e amministratore delegato di Technogym, Nerio Alessandri – confermano il nostro percorso di crescita sostenibile, profittevole e di lungo termine. Technogym, continua a sviluppare il suo 'ecosistema', rendendolo sempre più forte e unico con l'obiettivo di offrire alle persone l'esperienza del nostro marchio in ogni luogo e momento».

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

Corriere Romagna
edizione Cesena

CONFINDUSTRIA ROMAGNA

Data 04/11/2022
Pagina 14
Foglio 1

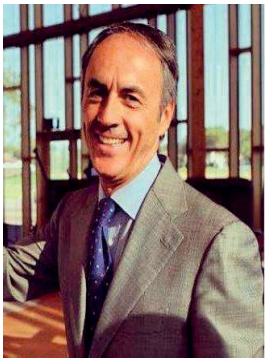
Technogym salita del 17% in 9 mesi Il wellness sembra immune alla crisi

Boom nel mercato nordamericano
Teleselling ed e-commerce unici canali in flessione

CESENA

Vento in poppa per Technogym anche nei primi nove mesi di quest'anno, nonostante la situazione generale complicata: i ricavi sono cresciuti da 424,8 a 498,7 milioni di euro, pari a un +17,4%. Merito della «ricerca e innovazione continue, per sviluppare l'ecosistema Technogym, rendendolo sempre più forte e unico e offrendo esperienze di wellness in ogni momento e in ogni luogo», sottolinea il presidente dell'azienda, Nerio Alessandri.

A livello globale la salute, lo sport ed il fitness sono forti macro-trend per i consumatori e priorità per i governi e le aziende


Nerio Alessandri

e questo scenario offre ottime prospettive a Technogym, che sta puntando forte sul mercato degli Stati Uniti.

Sul fronte dello sport, l'azienda continua a consolidarsi come brand di riferimento dei campioni e un'altra ciliegina sulla torta sarà l'arrivo davanti al Technogym Village di via Calcinaro della tappa a cronometro del Giro d'Italia, il prossimo 14 maggio.

«Le attuali incertezze del quadro macroeconomico non stanno impattando la domanda di wellness delle persone, come testimoniato da una raccolta ordini in crescita e che ci fa guardare con fiducia ai prossimi mesi», è la valutazione fatta da Alessandri.

Dall'esame fatto dal cda sul bilancio consolidato del periodo gennaio-settembre 2022 sono emersi «un forte recupero dei segmenti BtoB e la conferma dell'accresciuto interesse delle persone per la salute e l'esercizio fisico. Technogym ha registrato un'importante accelerazione della crescita del fatturato, con performance a doppia cifra in tutti i segmenti BtoB e raggiungendo un fatturato superiore al medesimo periodo del 2019. I primi nove mesi si sono chiusi con una crescita del fatturato del 17,4% (+14,2% a cambi costanti), grazie al forte recupero di tutti i segmenti BtoB, mentre il segmento di clientela BtoC registra un fatturato doppio rispetto al livello pre-pandemia. Da segnalare la crescita a doppia cifra in pressoché tutte le aree geografiche, a riprova della validità della strategia di lungo termine di Technogym».

I ricavi al 30 settembre confermano una forte crescita del segmento di clientela BtoB, proseguendo la tendenza già riscontrata nei trimestri precedenti, grazie ad una crescita a doppia cifra di tutti i sotto-segmenti, fra cui si evidenzia l'importante performance registrata dai segmenti Club e Hospitality & Residential. Il segmento BtoC registra un fisiologico rallentamento rispetto allo scorso anno, per l'impatto del Covid, ma resta ad un valore di molto superiore (+90%) a quanto registrato nel medesimo periodo del 2019, a riprova del continuo interesse dei consumatori per soluzioni di allenamento ibride che includano la propria abitazione privata.

L'analisi per zone geografiche mette in risalto la solida performance del Nord America (+47,1%), supportata da una forte crescita dei Club, degli Hotel e del Residenziale. Aumento a doppia cifra anche in Europa (+17,7%), sostenuta dalla ripartenza del settore Commercial e dalle ottime performance registrate in Francia, Benelux e Spagna.

In evoluzione quasi tutti i canali di vendita, con i due maggiormente esposti al segmento Commercial, Field sales e Wholesale, che registrano la crescita maggiore nel corso del periodo. In particolare, la crescita del Field sales è legata ad una maggiore produttività dei singoli venditori, a parità di rete vendita sull'anno precedente, mentre i passi avanti nel Wholesale sono frutto delle ottime performance realizzate da alcuni distributori. Buona performance del canale retail, anche grazie al contributo della nuova boutique di Monaco di Baviera. L'Inside sales, che include teleselling ed e-commerce, è l'unico canale in contrazione.

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.