



The Wellness Company

Il CDA di Technogym esamina i ricavi consolidati dei primi nove mesi del 2022

Technogym cresce del 17%

- **RICAVI CONSOLIDATI: Euro 498,7 milioni (+17,4%), rispetto ai 424,8 milioni dei primi nove mesi del 2021.**
- **Si conferma la forte crescita del segmento BtoB (+30,3% ad Euro 380,5 milioni nel periodo)**

Nerio Alessandri, Presidente e Amministratore Delegato, ha così commentato:

“I risultati dei primi nove mesi del 2022 continuano a confermare il nostro percorso di crescita sostenibile, profittevole e di lungo termine.

Technogym, facendo leva su ricerca e innovazione, continua a sviluppare il suo ecosistema, rendendolo sempre più forte e unico con l’obiettivo di offrire alle persone l’esperienza Technogym in ogni luogo ed ogni momento.

A livello globale la salute, lo sport ed il fitness sono forti macro-trend per i consumatori e delle vere e proprie priorità per i Governi e le aziende. Questo scenario offre a Technogym la possibilità di realizzare la propria visione: essere l’unico wellness solution provider end to end al mondo.

Technogym conferma il posizionamento di brand prestige ed aspirazionale nei vari segmenti di mercato e l’accelerazione dell’awareness sul consumatore a partire dal mercato USA.

Sul fronte dello sport Technogym si afferma, ancora una volta, come brand di riferimento dei campioni: il Technogym Village, l’headquarter, sarà l’arrivo della tappa cronometro del Giro d’Italia 2023, in programma il prossimo 14 maggio.

Guardando al futuro, 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”



The Wellness Company

Cesena (Italia), 3 novembre 2022 – Il Consiglio di Amministrazione di Technogym (MTA: TGYM), azienda leader a livello internazionale nelle attrezzature e tecnologie per il fitness e attiva nel più ampio settore del *wellness*, ha esaminato oggi i ricavi consolidati dei primi nove mesi dell'esercizio 2022.

Andamento dei ricavi al 30 settembre 2022

I ricavi consolidati sono stati predisposti in accordo con gli International Financial Reporting Standards emessi dall'International Accounting Standards Board e omologati dall'Unione Europea.

I primi nove mesi dell'esercizio hanno mostrato un forte recupero dei segmenti BtoB e la conferma dell'accresciuto interesse delle persone per la salute e l'esercizio fisico. Nel corso del periodo 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 chiudono 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.

Di seguito è fornita una breve analisi dei ricavi in base a:

- clientela
- aree geografiche
- canali distributivi

Ricavi per segmento di clientela

9M Esercizio chiuso al 30 Settembre

(In migliaia di Euro e percentuale sul totale ricavi)

	2022	2021	'22 VS '21	%
BtoC	118.215	132.738	(14.523)	(10,9%)
BtoB	380.526	292.093	88.433	30,3%
Totale ricavi	498.742	424.830	73.912	17,4%

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 (impatto 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.



The Wellness Company

Ricavi per area geografica

(In migliaia di Euro e percentuale sul totale ricavi)	9M Esercizio chiuso al 30 Settembre			
	2022	2021	'22 VS '21	%
Europa (esclusa Italia)	232.878	197.802	35.076	17,7%
APAC	88.585	80.537	8.049	10,0%
Nord America	68.365	46.476	21.889	47,1%
Italia	44.070	45.354	(1.284)	(2,8%)
MEIA	53.351	45.452	7.899	17,4%
LATAM	11.493	9.210	2.283	24,8%
Totale ricavi	498.742	424.830	73.912	17,4%

In termini di geografie si conferma la solida performance del Nord America (+47,1%), supportata da una forte crescita dei Club, degli Hotel e del Residenziale. Crescita 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 APAC (+10,0%) segnaliamo l'ottima performance di Australia e Giappone, nonché di alcuni paesi emergenti coperti dai distributori, che ha consentito di compensare la performance della Cina, impattata dalle restrizioni volte al contenimento del COVID-19. Crescite a doppia cifra si registrano anche in LATAM e MEIA.

Ricavi per canale distributivo

(In migliaia di Euro e percentuale sul totale ricavi)	9M Esercizio chiuso al 30 Settembre			
	2022	2021	'22 VS '21	%
Field sales	324.115	256.911	67.204	26,2%
Wholesale	117.732	101.581	16.151	15,9%
Inside sales (e-commerce + Teleselling)	47.703	57.593	(9.890)	(17,2%)
Retail	9.192	8.746	446	5,1%
Totale ricavi	498.743	424.830	73.912	17,4%

L'andamento dei segmenti di mercato si riflette, come consuetudine, anche sull'evoluzione dei canali di vendita con i due canali 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 la crescita del canale Wholesale è frutto delle ottime performance realizzate da alcuni distributori in APAC ma anche in Europa e MEIA. Buona performance del canale retail, anche grazie al contributo della nuova boutique di Monaco di Baviera. L'Inside Sales, che ricordiamo include Teleselling ed e-commerce, risulta l'unico canale in contrazione rispetto ai risultati straordinari dello scorso anno dovuti al lockdown.



The Wellness Company



Il Dirigente Preposto alla redazione dei documenti contabili societari Massimiliano Moi dichiara ai sensi del comma 2 articolo 154 bis del Testo Unico della Finanza che l'informativa contabile contenuta nel presente comunicato corrisponde alle risultanze documentali, ai libri e alle scritture contabili.

Contatti Media Relations

Technogym Investor Relator – Enrico Filippi
investor_relations@technogym.com - +390547650111

Ufficio Stampa Technogym – Enrico Manaresi
emanaresi@technogym.com - +393403949108

Community Group – Marco Rubino
marco.rubino@communitygroup.it - +393356509552



The Wellness Company

Note al comunicato stampa

Technogym

Technogym è una azienda leader a livello mondiale nei prodotti e tecnologie digitali per il fitness, lo sport, ed l'health per il wellness. Technogym offre un ecosistema di connected smart equipment, servizi digitali, training experiences on-demand e apps in grado di permettere ad ogni singolo utente di accedere ad una esperienza di allenamento completamente personalizzata in ogni luogo ed ogni momento: a casa, in palestra e on-the-go. Oltre 50 milioni di persone si allenano con Technogym in 80mila centri wellness e 400mila abitazioni private nel mondo. Technogym è stata Fornitore Ufficiale delle ultime 8 edizioni delle Olimpiadi ed è il brand riferimento per l'allenamento dei campioni di tutto il mondo.

Dichiarazioni previsionali

Talune dichiarazioni contenute in questo comunicato stampa potrebbero costituire previsioni ("forward looking statements") così come definite dal Private Securities Litigation Reform Act del 1995. Tali dichiarazioni riguardano rischi, incertezze e altri fattori che potrebbero portare i risultati effettivi a differire, anche in modo sostanziale, da quelli anticipati. Tra tali rischi e incertezze rientrano, a titolo meramente esemplificativo e non esaustivo, la capacità di gestire gli effetti dell'attuale incerta congiuntura economica internazionale, la capacità di acquisire nuove attività e di integrarle efficacemente, la capacità di prevedere le future condizioni economiche e cambi nelle preferenze dei consumatori, la capacità di introdurre e commercializzare con successo nuovi prodotti, la capacità di mantenere un sistema distributivo efficiente, la capacità di raggiungere e gestire la crescita, la capacità di negoziare e mantenere accordi di licenza favorevoli, fluttuazioni valutarie, variazioni nelle condizioni locali, la capacità di proteggere la proprietà intellettuale, problemi dei sistemi informativi, rischi legati agli inventari, rischi di credito e assicurativi, cambiamenti nei regimi fiscali, così come altri fattori politici, economici, legali e tecnologici e altri rischi e incertezze già evidenziati nei nostri filing presso la Commissione Nazionale per le Società e la Borsa. Tali previsioni ("forward looking statements") sono state rilasciate alla data di oggi e non ci assumiamo alcun obbligo di aggiornamento.

Indicatori alternativi di performance

Nel presente comunicato stampa vengono presentati alcuni indicatori alternativi di performance utilizzati dal management al fine di consentire una migliore valutazione dell'andamento della gestione economica e della situazione patrimoniale e finanziaria del Gruppo. Tali indicatori non sono identificati come misure contabili nell'ambito degli IFRS e, pertanto, non devono essere considerati una misura alternativa per la valutazione dell'andamento economico del Gruppo e della relativa posizione patrimoniale e finanziaria. Poiché la determinazione di queste misure non è regolamentata dai principi contabili di riferimento, le modalità di calcolo applicate dalla Società potrebbero non essere omogenee con quelle adottate da altri e, pertanto, questi indicatori potrebbero non essere comparabili. Conseguentemente, gli investitori non devono fare indebito affidamento su tali dati e informazioni. Inoltre, il presente comunicato stampa contiene alcuni indicatori finanziari, gestionali e altre misure "rettificati" (o "adjusted") che sono stati rettificati per riflettere eventi straordinari e operazioni non ricorrenti c.d special items. Tali informazioni "rettificate" sono state incluse per permettere una miglior comparazione delle informazioni finanziarie di tutti i periodi; tuttavia, va notato che tali informazioni non sono riconosciute come dati economici e finanziari nell'ambito degli IFRS e / o non costituiscono un'indicazione della performance storica della Società o del Gruppo. Pertanto, gli investitori non devono fare indebito affidamento su tali dati e informazioni.