

Moda 24
Casi aziendali



LA PASQUA DI DOLCE&GABBANA
Come per i panettoni, la maison collabora con Fiasconaro, eccellenza della pasticceria, per tre varianti della coiomba. world.dolcegabbana.com

LA RIVISTA DI BOTTEGA VENETA
Il marchio del gruppo Kering ha lanciato ISSUE 01, magazine trimestrale con contenuti multimediali. www.issuedbybottega.com

Modello di business flessibile, Virgin Active va oltre la pandemia

Strategie. La catena di palestre ha lanciato una esperienza di allenamento digitale per rispondere alle chiusure imposte dall'emergenza e mette a disposizione i 37 club in Italia per il piano vaccinale

Marika Gervasio

Ha messo a disposizione le sue palestre per il piano vaccinale anti Covid-19 in Italia e, per affrontare la chiusura delle palestre imposta a causa della pandemia, ha raddoppiato l'offerta puntando su abbonamenti per allenamenti "a distanza" online. Per il futuro ha un piano di nuove aperture. Nonostante le difficoltà della situazione, Virgin Active non si ferma, come spiega Luca Valotta, presidente e direttore generale di Virgin Active Europe.

«Dal 24 ottobre i nostri club sono tornati a essere chiusi, di fatto per il secondo anno - racconta il manager -. Abbiamo riaperto in estate, che per il settore non rappresenta certo il periodo migliore. Abbiamo dovuto rivedere velocemente il nostro modello di business, sperimentando nuovi canali, nuovi linguaggi e nuovi format di allenamento. Ho sempre pensato che il digitale potesse essere un'opportunità e credo che il futuro per il nostro comparto sia il modello ibrido: il digitale contribuisce all'esperienza, ma non sostituisce la presenza in palestra dove le persone si avvicinano e si crea un legame tra i clienti e i trainer».

Con le chiusure dei suoi club Virgin Active ha perso il 45% del fatturato nel 2020 rispetto al 2019, anno record con ricavi per 145 milioni di euro. Tra tutti

gli effetti negativi, comunque, uno positivo c'è: «Abbiamo raddoppiato la nostra offerta sul territorio italiano, raddoppiando anche la fanbase sui social - spiega Valotta -, segno che la community legata al nostro brand ci premia e cresce giorno dopo giorno».

All'inizio della pandemia l'azienda ha lanciato "Revolution", esperienze di allenamento digitale con sette categorie di allenamento e cinque lingue disponibili. «Il riscontro è stato ottimo e abbiamo infatti avuto più di 10 milioni di visualizzazioni sui nostri canali social» commenta Valotta. A questo si aggiunge anche un servizio di allenamento

personalizzato con la possibilità di scegliere fra 450 personal trainer Virgin Active di tutti i club d'Italia, sempre attraverso l'applicazione MyVirginActive. «Quando sarà consentito - dice il manager - abbiamo in mente nuove aperture sul territorio italiano. Prima della pandemia, avevo anticipato l'apertura del club Virgin Active Boccioni a Milano: stiamo lavorando sia per questo che per molto altro ancora».

Virgin Active ha aperto il primo club nel 1999. Oggi ha 1,3 milioni di iscritti, uno staff di circa 24 mila persone nel mondo e 250 club in otto Paesi di cui 37 in Italia con oltre 167 mila

soci. Centri che l'azienda ha deciso di mettere a disposizione delle autorità per il piano vaccinale chiedendo di poter inserire, dopo le categorie prioritarie, anche i suoi 3 mila dipendenti in modo da rafforzare la sicurezza nei club alla riapertura, perché «per noi la massima "prima la salute" è un principio e un valore - conclude Valotta -. I nostri centri fitness non sono importanti solo per quanto riguarda l'aspetto ludico e ricreativo, ma anche per la salute e la prevenzione e l'esercizio fisico è uno dei metodi più efficaci per stare bene».

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Digitale. Il programma di allenamento a distanza "Revolution" di Virgin Active ha registrato 10 milioni di visualizzazioni sui social



Al vertice. Luca Sbrulati, amministratore delegato del gruppo Pattern

Prototipia e modellistica: la leadership di Pattern

Il bilancio 2020
Tengono export e ricavi

Il gruppo Pattern non si è lasciato fermare dalla pandemia, anche grazie alla diversificazione dei suoi business. Leader nella progettazione, ingegneria e produzione di capi sfilati per marchi (italiani e non) di alta gamma, l'azienda, fondata nel 2000 da Franco Martorella e Fulvio Botto, è inoltre proprietaria del brand di casualwear maschile Esemplare, di Roscini Atelier (modellistica e progettazione collezioni donna) e di Smt, specializzata in prototipia di maglieria di lusso. Quotata dal 2019 sul mercato Aim, Pattern ha chiuso il 2020 con un fatturato di 53,9 milioni, contenendo il calo rispetto al 2019 al 3%. L'ebitda è passato da 5,9 a 5,4 milioni e la marginalità 2020 (10%) è sostanzialmente in linea con l'esercizio precedente; molto

positivo il dato sull'export, pari al 68,6% delle vendite. Forte di una posizione finanziaria netta di 8,8 milioni e volendo investire nello sviluppo post Covid, il 24 febbraio scorso Pattern ha approvato l'acquisto di un'ulteriore 29% di Smt, già controllata al 51%, arrivando all'80% e il 31 marzo ha dato vita, al suo interno, al Polo italiano della progettazione e del lusso. Nei piani dell'azienda e dell'amministratore delegato Luca Sbrulati ci sono ulteriori investimenti nella sostenibilità, che ha caratterizzato il marchio Esemplare fin dalla sua nascita, e il consolidamento dello sviluppo della progettazione. «La crisi innescata dalla pandemia ha posto in evidenza la necessità di accelerare l'aggregazione di Pmi - sottolinea Sbrulati -. Per affrontare i mercati internazionali la dimensione è importante e quella delle aziende italiane deve essere aumentata».

-G.Cr.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Il Sole
24 ORE

HOW to change now

Mondi diversi si incontrano e si fondono insieme, per dar vita a qualcosa di unico. Outdoor e indoor che diventano un ambiente solo, serie tv che ispirano l'home decor, cristalli che si trasformano in sculture. In più la commistione di musica, Estremo Oriente e made in Italy firmata Patrick Reymond. Lasciati ispirare da questo e molto altro, nel prossimo numero di HTSI.

isole24ore.com/howtospendit • [instagram 24htsi_howtospendit](https://www.instagram.com/24htsi_howtospendit)



IL NUOVO HTSI È IN EDICOLA VENERDÌ 9 APRILE CON IL SOLE 24 ORE

On newstand_on website_on instagram