

FITNESS & BUSINESS

L'IMPENNATA DELLE PEDANE

Sembravano soltanto una moda. Invece gli attrezzi per il «fit shake» continuano a vendere sempre di più: nel 2008 il fatturato raddoppierà. E ora le aziende aggrediscono il mercato ospedaliero. di Teresa Potenza

■ All'inizio era considerata poco più di una moda, scatenata dai capricci delle star e spinta dalla pubblicità: il 2006 era stato l'anno d'oro del «fit shake», l'allenamento fatto su una pedana che vibra secondo oscillazioni verticali. A due anni da quel piccolo boom (vedere il numero 18 del 2007), oggi *Economy* ha provato a verificare se sia stata una bolla di sapone o un vero business.

Il risultato è sorprendente: il fatturato delle pedane vibranti per le prime quattro imprese del settore (Dkn Technology, Freemotion Italia, Globus e Power Plate) alla fine del 2008 sarà del 92,5% superiore a quello dell'anno scorso. Da 23,4 a 45 milioni di euro. Dati non immensi, ma un risultato notevole se si considera che il resto del mercato dell'«home fitness» in Italia è in difficoltà.

Il continuo successo delle pedane è merito anche di un cambio nella comunicazione: o meglio, della decisione di ridurre al minimo la pubblicità tradizionale. «Non vale la pena farla, perché si rischia di essere associati a prodotti che fanno più male che bene» dice a *Economy* Maurizio Rizzo, national sales manager di Freemotion. «Noi ormai facciamo quasi solo informazione al mondo scientifico».

Secondo le stime della società, che fa capo all'olandese Icon Health & Fitness Europe, nel 2007 in Italia sono state vendute in tutto 94 mila pedane. Ma in questo numero è compreso il mare di prodotti a basso prezzo, realizzati soprattutto in Cina e in Corea, che non sono scientifica-



mente testati. Ecco perché i protagonisti del settore cercano di distinguersi così: richiedono certificazioni mediche e «aggrediscono» il canale ospedaliero. L'allenamento vibratorio previene infatti patologie tra le quali spicca l'osteoporosi.

A sostenerlo sono fior fior di centri universitari esteri, nonché l'Università Federico II di Napoli, che ha pubblicato una ricerca commissionata da Dkn. Ci sono poi gli studi che da oltre dieci anni porta avanti uno dei massimi esperti italiani, Enrico Guerra, docente all'università di Perugia e responsabile ricerca, sviluppo e formazione di Power Plate.

E se questa azienda punta sulla formazione attraverso

un'Academy che opera nei 100 Paesi dov'è presente il gruppo, Globus è presente con i suoi prodotti nei congressi medici sull'osteoporosi. E c'è anche chi si sbilancia e svela di lavorare a ricerche estremamente all'avanguardia. Per esempio **PromoItalia**, un'altra azienda del settore che produce a Roma apparecchiature mediche tra le quali pedane per il segmento lusso, oggi studia la «pedana del futuro: avrà un doppio movimento grazie all'uso di due diversi motori» dice Paolo Lamanna, socio dell'azienda.

Dkn invece sta sviluppando uno studio che ricorda il film *Cocoon* di Ron Howard: utilizzare in acqua il principio vibratorio delle pedane. «Trasformeremo il battito cardiaco acceleratissimo di un feto in strumento contro le patologie ossee» dice Marco Putelli, capo del marketing Dkn Technology Europe.

MY5 POWER PLATE
La My5 Limited Edition è nata per il segmento di lusso: la versione costa 14.900 euro.

DKN XG10 DKN TECHNOLOGY
Il piatto si adatta al peso di chi lo usa e regola la potenza. Costa 1.990 euro.

ITONIC FREEMOTION
È silenziosissima e viene prodotta in acciaio inossidabile. Costa 9.990 euro.

PHYSIO WAVE GLOBUS
Fa parte della «Home Line» questa pedana di design. Il prezzo parte da 3.900 euro.