

# Il modello Fitness Park sbarca in Italia

## INTERVISTA A OLLIVIER ROMAIN

Il mercato del fitness italiano è alla vigilia di una profonda trasformazione. Con un tasso di penetrazione ancora sotto la media europea e un panorama frammentato — dove i primi 10 player low cost superano di poco le 700 strutture complessive — i grandi gruppi internazionali vedono nel nostro Paese un terreno ideale per l'espansione. Abbiamo incontrato Ollivier Romain, CEO di Fitness Park Italia, per capire la strategia, gli obiettivi e la visione del marchio francese che ha scelto Roma come trampolino di lancio per una massiccia espansione nella penisola.



### **Quando nasce l'idea di aprire il mercato italiano e come si è sviluppato il team iniziale?**

Il progetto italiano parte tre anni fa. È nato dall'incontro e dalla sinergia con Redouane Saad, che è già nostro franchisee in Francia, e Matteo Amatruda, amico e cliente che desiderava rientrare nella sua terra d'origine dopo dieci anni di lontananza. Da questa unione di competenze e motivazioni personali è partita la nostra sfida.

### **Per il vostro debutto avete puntato sulla Capitale. Perché avete scelto proprio Roma come città da cui partire?**

La Città Eterna offre al nostro lancio una cornice e un simbolismo straordinari. Inoltre, fu proprio l'antica Roma a dare una dimensione unica ai concetti di potenza, disciplina, coraggio e superamento dei propri limiti. Ci è sembrato il luogo perfetto per incarnare lo spirito di Fitness Park.



### **Qual è la vostra visione attuale del mercato italiano?**

Arriviamo in Italia con molta ambizione e altrettanta umiltà. Come giustamente evidenziano i vostri dati di Businessfit.it, il settore ha ancora pochi gruppi organizzati e resistono tanti piccoli club indipendenti. Il nostro arrivo cercherà di aiutare a modernizzare un intero comparto, e a guadagnarci saranno soprattutto i giovani.

**All'interno di uno scenario competitivo in crescita, in quale specifica categoria del fitness vi collocate?**

Ci posizioniamo nel segmento del fitness di alta gamma accessibile a tutti, ovvero un low cost di qualità, rivolto in particolare ai giovani di ogni classe sociale. Come nel resto d'Europa, le nuove generazioni stanno adottando stili di vita più sani, incrementando la pratica sportiva. Noi offriamo una proposta eccezionale a 30 euro al mese proprio per continuare a far crescere il numero di iscritti nei centri fitness.

**In Italia si respira un clima positivo, con dati che confermano la crescita dei volumi di fatturato e degli investimenti. Che impatto pensate di avere sul tasso di penetrazione nazionale?**

Siamo convinti che Fitness Park darà un contributo determinante per accelerare il tasso di penetrazione del fitness in Italia, in particolare tra le nuove generazioni. Ad oggi siamo quasi al 9%. Pensiamo che si possa arrivare in 2 o 3 anni al 10/11% della popolazione, replicando quanto successo in Spagna, dove in 5 anni abbiamo aperto più di 100 club.

**Passiamo ai risultati concreti della vostra prima operazione. Come stanno andando le iscrizioni nella sede di Roma Est, aperta a metà luglio?**

Abbiamo superato i 1.600 abbonati in prevendita, un risultato registrato da aprile a metà luglio, mesi che storicamente non sono proprio trainanti per il nostro settore. Il nostro obiettivo finale è raggiungere i 6.000 soci entro il primo anno di attività.



**I numeri vi stanno dando ragione. Dopo Roma Est, quali sono i prossimi passi del vostro piano di sviluppo?**

Entro fine anno apriremo un altro club a Roma, una struttura di 1.900 metri quadri in Piazza Pio XI. Sempre di nostra proprietà ne seguiremo altri tre nel 2027. Inoltre, dal prossimo anno apriranno i nostri primi franchisee in Piemonte e Lombardia. L'obiettivo a lungo termine è replicare il modello spagnolo, arrivando all'apertura di un centinaio di club entro 7 anni in tutta la penisola.

**In conclusione, quale messaggio volete lanciare al mercato italiano per far capire chiaramente chi siete e cosa portate?**

I valori attorno ai quali vogliamo riunirci e costruire questo progetto sono il lavoro, la passione, l'eccellenza e, soprattutto, l'umiltà, il rispetto e la coesione, cercando naturalmente anche di divertirci.

Infine, ci tengo a ringraziare i miei due soci, Redouane e Matteo, per la fiducia e l'impegno che stanno dimostrando. Un ringraziamento speciale va anche al grande lavoro di gestione del cantiere svolto da Francesca Stoppani e a Justine Zdyb, nostra instancabile coordinatrice.