



DISTRIBUTORE  
ESCLUSIVO PER  
L'ITALIA

SMART  
FITNESS  
ITALIA

TRX®

Tutti gli accessori e le strutture per  
ALLENAMENTO FUNZIONALE  
FITNESS E CROSS TRAINING



LA TUA ZONA FUNZIONALE  
CHIAVI IN MANO

Consulenza Progettazione e Formazione

www.smartfitnessshop.it  
3939118420 - 3478202879  
logistica@trx.it

SF  
SMART  
FITNESS  
ITALIA



**3 MESI GRATIS**

3 mesi scontati al 50%



MAGICLINE   
A Sport Alliance Company

# IL GESTIONALE PER LA TUA PALESTRA

[magicline.com/it](http://magicline.com/it) – Leader di mercato in Germania e utilizzato già da oltre 5.000 clienti in Europa.



PURE fitness



EMSLOUNGE®



BODY STREET



fitbox  
DIE FITNESS REVOLUTION

terra  
sports

CHI SI  
ALLENA

NON SI  
FERMA



Inquadra il QRCode o vai su  
[WWW.FARESS.COM](http://WWW.FARESS.COM)



# TRAINING PROGRAM PRO

## SOFTWARE IN CLOUD

per Titolari di Centri Sportivi  
Istruttori e Personal Trainer

## APP MOBILE

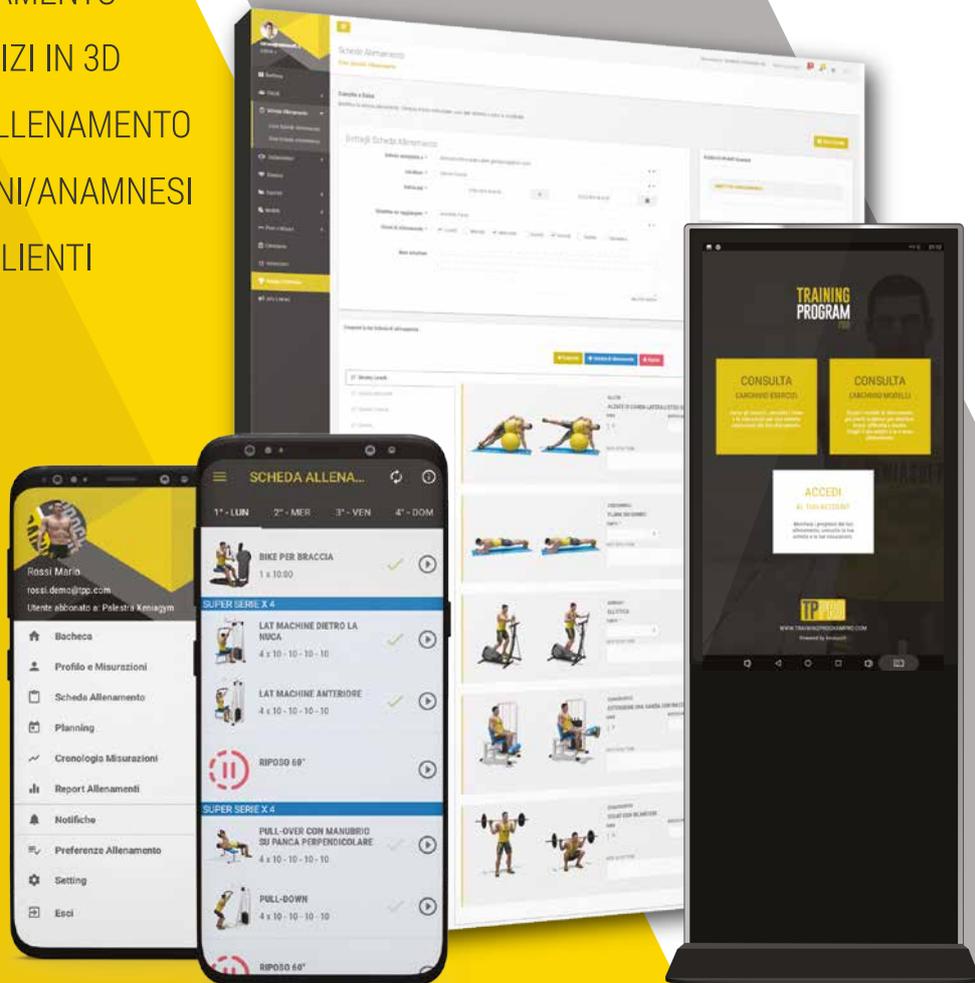
per l'allenamento dei tuo clienti  
con report, planning e misurazioni

L'innovativo ed economico software  
per creare e gestire i piani di allenamento  
e i progressi sportivi dei tuoi clienti

- ✓ creazione e invio SCHEDE DI ALLENAMENTO
- ✓ archivio gratuito 470+ VIDEO ESERCIZI IN 3D
- ✓ archivio e inserimento MODELLI DI ALLENAMENTO
- ✓ inserimento e statistiche MISURAZIONI/ANAMNESI
- ✓ controllo REPORT ALLENAMENTI CLIENTI
- ✓ gestione CALENDARIO ATTIVITA'
- ✓ gestione STAFF e COLLABORATORI
- ✓ invio NOTIFICHE PUSH

Sono inoltre disponibili:

- ✓ personalizzazione grafica dell'app
- ✓ totem interattivo personalizzato



ATTIVA LA TUA DEMO GRATUITA SU [WWW.TRAININGPROGRAMPRO.COM](http://WWW.TRAININGPROGRAMPRO.COM)

Acquistando uno dei pacchetti disponibili avrai uno sconto del 20% applicando il seguente codice coupon: LAPALESTRA20

Per info e prezzi contattaci:

Telefono: 095 393 205

Email: [info@trainingprogrampro.it](mailto:info@trainingprogrampro.it)

Facebook: @TrainingProgramPro

Powered by

XeniaSoft®  
[WWW.XENIASOFT.IT](http://WWW.XENIASOFT.IT)

# Sportivi in Cloud



## Il software di contabilità, gestione compensi lavoratori sportivi e gestione operativa pensato per le associazioni sportive e le società sportive

Molte associazioni (ASD) e società sportive dilettantistiche (SSD), soprattutto nelle prime fasi della loro attività, seguono in autonomia tutta la gestione amministrativa e contabile rendendosi conto troppo tardi della difficoltà e delle conseguenze che il *fa da te* può comportare.

La scelta di un software, oltre a semplificare la gestione dell'organizzazione, mette al sicuro tutti i dati sensibili dalla possibilità di smarrimento, furto o deterioramento dei documenti cartacei o di fogli excel.

Un altro aspetto delicato che si trova a fronteggiare chi non adotta un software specifico per ASD e SSD è la **corretta gestione della contabilità e fiscalità**.

Per la buona gestione di un'organizzazione, infatti, è fondamentale avere nozioni di contabilità, di amministrazione ed essere sempre aggiornati sulle **novità normative**.

Sportivi in Cloud è la soluzione intuitiva che consente di gestire una ASD o una SSD o una società sportiva un'associazione anche senza avere specifiche competenze. Il software, infatti, è pensato per essere sempre aggiornato con le **normative vigenti** e per consentire una gestione

semplice di ogni aspetto fiscale e organizzativo, diventando un ottimo alleato anche per comunicare in modo corretto con il proprio commercialista.

A rendere completo ed efficace Sportivi in Cloud sono le sue numerose funzioni che fanno sì che il software sia completo e al tempo stesso facile da configurare ed utilizzare.

Ha una gestione dei dati sociali e organizzazione che permette di controllare in modo semplice e veloce la raccolta delle principali **informazioni dell'organizzazione**.

Queste funzionalità permettono di gestire l'organizzazione dell'associazione o società **archiviando informazioni e documenti** come la composizione del consiglio direttivo in carica i verbali e i libri sociali.





Le sezioni legate alla **gestione degli utenti/soci** permettono di inserire le anagrafiche degli stessi in modo completo, acquisendo tutte le informazioni necessarie per un'amministrazione efficace delle scadenze di quote, certificati e tesseramenti.

La buona gestione di collaboratori e professionisti è un aspetto fondamentale per le associazioni e società sportive. **Con Sportivi in Cloud è possibile gestire il processo in modo interamente digitale**, raccogliendo in modo sicuro anche i **giustificativi per i rimborsi spesa** e la gestione ed elaborazione delle collaborazioni avvenute. Il sistema è già pronto per le novità introdotte dalla riforma dello sport e relativo decreto correttivo di fine settembre 2022.

Con **Sportivi in Cloud** è inoltre possibile gestire:

- lettere d'incarico;
- compensi;
- rimborsi spese;
- autocertificazioni;
- pagamento ritenute;
- certificazione Unica (C.U.).

Le funzionalità di Sportivi in Cloud non finiscono qui. Ad esempio, il software offre la possibilità di gestire il magazzino e controllare beni e strumenti. Sportivi in Cloud è nativamente **integrato con altre soluzioni del gruppo TeamSystem** specializzate in ambiti specifici e di aiuto per la gestione moderna e semplice di un'associazione (ASD) o società sportiva dilettantistica (SSD).

## Wellness in Cloud

Grazie all'integrazione con Wellness in Cloud si può avere un centro unico di gestione del proprio centro fitness e palestra: dal controllo accessi, al CRM, all'APP per gli utenti ed alle funzionalità evolute di comunicazione e di allenamento anche con EvolutionFit.

## TS Pay

Grazie all'integrazione tra Sportivi in Cloud e TS Pay, la piattaforma dei servizi di incasso e pagamento digitali di TeamSystem Payments, la **registrazione degli incassi** viene velocizzata, la riconciliazione bancaria è automatizzata ed è possibile emettere gli ordini di bonifico direttamente dal gestionale senza aprire l'home banking.

Incassi digitali: facili, sicuri e veloci, soci e utenti possono pagare le quote e liberalità direttamente con la loro carta di credito o con addebito su conto corrente.

## POS digitale

TS Pay è un vero e proprio **POS digitale** con il quale è possibile accettare i pagamenti da carte di credito e debito in modo semplice e sicuro, senza doversi dotare di dispositivi fisici accessori. Grazie all'integrazione tra TS Pay e Sportivi in Cloud l'organizzazione è perfettamente a norma perché in grado di **accettare pagamenti elettronici**.

## Accesso ai conti correnti e riconciliazione bancaria

È inoltre possibile monitorare i conti correnti associativi grazie all'integrazione tra Sportivi in Cloud e TS Pay e riconciliare in automatico i documenti con i movimenti bancari.

## Bilancio in Cloud

Sportivi in Cloud è integrato a Bilancio in Cloud e permette, per le realtà con un giro di affari o ricavi superiore ai 220.000€, la gestione del Bilancio di esercizio di:

- stato patrimoniale;
- rendiconto gestionale;
- relazione di missione.

Gli enti e le organizzazioni con ricavi, rendite, proventi o entrate comunque denominate inferiori a 220.000€ possono predisporre un **bilancio in forma di rendiconto** per cassa direttamente da Sportivi in Cloud.

## TS Digital

Sportivi in Cloud grazie all'integrazione con TS Digital permette di avere uno **strumento unico per la fatturazione attiva e passiva**. TS Digital consente l'**invio delle fatture** tramite Sportivi in Cloud in pochi click. Inoltre, l'integrazione consente di ricevere le fatture passive direttamente nel sistema e di procedere con la contabilizzazione semi automatica.

**Sportivi in Cloud è il software completo** pensato per guidare nella gestione efficace della propria associazione o società sportiva.

## Di facile utilizzo per tutti

Sportivi in Cloud è pensato per essere utilizzato agilmente da chiunque. Per ottenere il massimo dal software non è necessario possedere alcuna competenza contabile, amministrativa o informatica. **L'interfaccia intuitiva e i flussi scorrevoli** permettono all'utilizzatore di sfruttare pienamente tutte le funzionalità di Sportivi in Cloud.



# LA PALESTRA

[www.lapalestra.it](http://www.lapalestra.it)

Anno XVII - N. 103  
novembre/dicembre 2022

**Edita da:** Api Editrici Srl  
Sede legale: Via Michelangelo 6  
20051 Cassina de' Pecchi (MI)

**Sede operativa:** Via Rosalba Carriera 15  
20146 Milano  
[info@lapalestra.it](mailto:info@lapalestra.it)

**Direttore editoriale:**  
Cesare Salgaro

**Direttore responsabile:**  
Moreno Soppelsa

**Comitato redazionale:**  
Andrea Rivelli, Cesare Salgaro, Sara Saracino.

**Grafica:**  
Antonella Favaro

**Per la vostra pubblicità:**  
342.1168712  
[pubblicita@lapalestra.it](mailto:pubblicita@lapalestra.it)

**Hanno collaborato:**  
Marco Ascenzo, Luca Bendel Iaia, Massimiliano Di Rita, Daniele Di Geronimo, Marco Magnani, Marco Massari, Paolo Menconi, Gerardo Ruberto, Roberto Selci, Patrizio Viani.

**Immagini:** LA PALESTRA archivio,  
depositphotos.com

**Copertina:** Shutterstock®

**Stampa:** Alpha Print

**Distribuzione:** GRATUITA per aziende  
e palestre

**Se non desiderate ricevere più la copia gratuita di LA PALESTRA, scrivete a [cesare.salgaro@lapalestra.it](mailto:cesare.salgaro@lapalestra.it) oppure chiamaci al 342.1168712**

## LA PALESTRA

Pubblicazione bimestrale registrata al Tribunale di Milano il 21.09.2005 con il numero 643. Iscrizione al R.O.C. Api Editrici S.r.l. con il N° 32109. Gli articoli contenuti in questa rivista non hanno scopo didattico, ma esprimono esclusivamente le opinioni e nozioni personali da parte di esperti del settore, che dichiarano di avere le specifiche conoscenze necessarie. Gli articoli firmati impegnano esclusivamente gli autori.

Dati e caratteristiche tecniche dei materiali e dei prodotti che vengono presentati nella rivista sono generalmente forniti dalle case produttrici, non sono comunque tassativi e possono essere soggetti a rettifiche. La presentazione di prodotti è a titolo gratuito, le eventuali presentazioni sponsorizzate sono indicate come tali. La Api Editrici S.r.l. declina ogni responsabilità circa l'uso improprio delle tecniche che vengono descritte al suo interno. L'invio di fotografie alla redazione ne autorizza implicitamente la pubblicazione gratuita su qualsiasi supporto cartaceo e su qualsiasi pubblicazione anche non della Api Editrici S.r.l. ma anche di terzi cui la stessa Api Editrici abbia autorizzato la pubblicazione. Il materiale inviato alla redazione non sarà restituito.

**Copyright Api Editrici S.r.l. Testi, fotografie e disegni, pubblicazione anche parziale vietata.**

**AVVERTENZA** - I contenuti degli articoli di questa rivista non hanno valore prescrittivo, ma solo informativo e culturale. Tutti i nostri consigli e suggerimenti vanno sempre sottoposti all'approvazione del proprio medico.

### \*NOTA INFORMATIVA

#### SUGLI INTEGRATORI ALIMENTARI

Leggere attentamente l'etichetta apposta sul prodotto. In ogni caso richiedi il parere del medico o del farmacista. Il prodotto è controindicato nei casi di patologia epatica, renale, in gravidanza e al di sotto dei 12 anni. Gli integratori non sono da intendersi come sostituti di una dieta variata. Non superare la dose consigliata. Tenere fuori dalla portata dei bambini al di sotto dei 3 anni di età.

Dal 2005 l'unica rivista distribuita  
**GRATUITAMENTE** a tutti i Manager di PALESTRA.

Un **GRAZIE** ai **NOSTRI PARTNER**

**LA PALESTRA N.103**



Siamo Media Partner di:



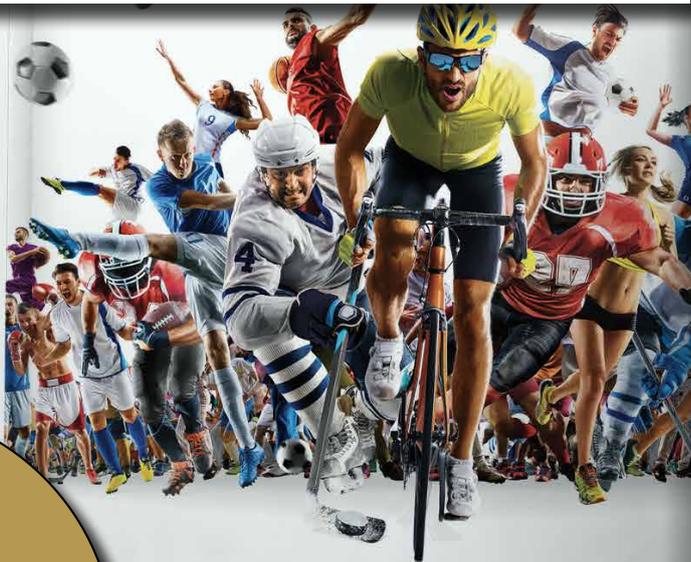
FAI CRESCERE LA TUA AZIENDA UTILIZZANDO

**IL BONUS PUBBLICITÀ 2023**

**Credito d'Imposta è concesso nella misura unica del 75% del valore incrementale degli investimenti effettuati in campagne pubblicitarie esclusivamente sulla stampa quotidiana e periodica, anche on line.**

Pubblicazione bimestrale registrata al Tribunale di Milano il 21.09.2005 con il numero 643. Iscrizione al R.O.C. Api Editrici S.r.l. con il N° 32109.

**WWW.LAPALESTRA.IT**



**79.000**



**RIFORMA  
DELLO SPOR**

ECCO COSA CAMBIA

SE HAI UN'AZIENDA DEL SETTORE  
E VUOI INSERIRE LE TUE COMUNICAZIONI  
SUI NOSTRI CANALI **PRINT, WEB E SOCIAL**

**CONTATTACI SUBITO PER SCOPRIRE  
LE OFFERTE A TE DEDICATE**

**+39 3421168712**

**info@lapalestra.it**

**WWW.LAPALESTRA.IT**



"**LA PALESTRA** è un periodico bimestrale dalla spiccata vocazione commerciale, che viene spedito **GRATUITAMENTE** a **8.500** gestori e proprietari di palestre, centri fitness, studi di personal training e centri benessere, su tutto il territorio nazionale".

"Dal 2005 **LA PALESTRA** è il modo più efficace per parlare della propria azienda e dei prodotti, grazie a dossier, rubriche di news commerciali, articoli redazionali e pagine pubblicitarie".

**LA PALESTRA**

**17<sup>TH</sup>  
YEAR  
ANNIVERSARY**

LE GRATUITO - N 103 - ANNO XVII - NOVEMBRE/DICEMBRE 2022

**A PALESTRA**

2005 LA RIVISTA DEI PROFESSIONISTI DEL FITNESS



**RIFORMA  
DELLO SPORT**

ECCO COSA CAMBIA

**PROMO 2023**

**6 + 1**

**Su una pianificazione nel 2023,  
di 6 uscite pubblicitarie consecutive,  
1 PAGINA PUBBLICITARIA  
IN OMAGGIO!**

Proposta valida fino al 23/12/2022

Contattaci subito al 3421168712

**Contattaci subito per scoprire  
le offerte a te dedicate**

**+39 3421168712**

**info@lapalestra.it**

**www.lapalestra.it**

Seguici anche su



# L'INTELLIGENZA ARTIFICIALE APPLICATA NELLE PALESTRE

ATTRAVERSO GLI ARTIFICIAL HUMAN ASSISTANT



AVVALERSI DI  
TECNOLOGIE  
DI INTEL-  
LIGENZA  
ARTIFICIALE

SIGNIFICA FAR EVOLVERE  
LA PROPRIA ATTIVITÀ ED  
OTTENERE UN NOTEVOLE  
VANTAGGIO COMPETITIVO



**L**a situazione pandemica ha accelerato le esigenze di digitalizzazione in tutti i settori e ha aumentato la necessità di evolvere l'esperienza utente più in profondità.

La tecnologia ci permette di **implementare le interazioni nel nostro lavoro** attraverso gli assistenti virtuali evoluti, capaci di trasformare le interazioni interne, automatizzando le attività commerciali, fornendo informazioni utili e acquisire lead per sviluppare nuovi clienti.

Ma le soluzioni fornite da questa tecnologia si estendono anche alla parte del lavoro aziendale che richiede il contatto con i clienti, trasformando il customer service, disegnando interazioni che devono

essere sempre più ad **alto tasso di empatia**, attive 24 ore su 24, multilingua, simultanee e tracciate.

## Un avatar 3D disponibile h24

Nonostante quasi il 75% delle aziende dichiarino di essere consapevoli delle grosse opportunità fornite dall'Intelligenza Artificiale a tutti i livelli dell'organizzazione aziendale, la maggioranza appare incerta, poco sicura.

L'anno 2023 è il momento cruciale per pianificare e implementare strategie di trasformazione digitale poiché le tecnologie di Intelligenza Artificiale continuano a crescere ed evolversi.

Secondo lo *State of AI in the Enterprise* di Deloitte, l'82% degli

early adopter riporta un ritorno positivo sugli investimenti fatti in Intelligenza Artificiale.

Nel prossimo futuro, si prevede che gli utenti saranno sempre più inclini all'utilizzo di Assistenti Virtuali nella loro quotidianità, facendo affidamento a questa tecnologia per qualsiasi tipo di necessità, inoltre saranno sempre di più i clienti a prediligere l'uso della voce per acquistare online.

Un esempio di questa evoluzione è data dagli *Artificial Human*, avatar 3D in grado di assolvere compiti, ma anche **consigliare l'utente nelle scelte** che deve compiere in base ai suoi precedenti comportamenti o a delle preferenze manifestate.

Le sembianze umane, la naturalezza dei movimenti e l'interfaccia vocale naturale, come vedremo più avanti

**APP** per prenotazioni,  
acquisti, allenamenti e  
ingresso ai tornelli

**POS Digitale integrato**  
e sei in regola con la  
normativa sui pagamenti  
elettronici

**La soluzione più scelta in Italia.**



Prenotazioni corsi e attività



Notifiche in APP



Acquisti e pagamenti online



News del centro sportivo



Accesso al tornello con QRCode



Schede e diario di allenamento

**Contattaci su:**



[wellness@teamsystem.com](mailto:wellness@teamsystem.com)



[wellness.teamsystem.com](http://wellness.teamsystem.com)



[@teamsystem.wellness](https://www.facebook.com/teamsystem.wellness)

**Scopri di più**





nel documento, abbassano la distanza che inizialmente potrebbe crearsi davanti ad un avatar 3D. Gli *Artificial Human* sono Assistenti Virtuali evoluti, ovvero esseri realistici il cui motore è l'Intelligenza artificiale e grazie alla quale sono in grado di riprodurre un linguaggio verbale e paraverbale simile agli esseri umani. Accessibili 24 ore su 24, 7 giorni su 7, 365 giorni all'anno e capaci di parlare in diverse lingue, gli *Artificial Human* aggiungono all'esperienza-utente empatia, impegno e diversità ad ogni interazione.

### Porta l'Intelligenza Artificiale nella tua palestra

Sia i nuovi clienti che quelli già iscritti chiedono spesso informazioni sugli orari e sulle prenotazioni dei corsi, sugli appuntamenti con i Personal Trainer e sugli abbonamenti, ma vorranno anche consigli sui corsi da seguire sulla base degli obiettivi che vogliono raggiungere. Alessia è lo strumento digitale al servizio del settore fitness che passa dal prenotare corsi e allenamenti personali, al rispondere a domande su informazioni generali, fino ad attività di marketing personalizzato. Rielaborando i dati dei clienti, offre notevoli vantaggi agli stessi e allo stesso tempo **agevola l'attività commerciale.**

Sulla base delle domande che ti vengono più frequentemente poste dai clienti viene creata la *Knowledge Base di Alessia* (esempio di assistente virtuale) "**Cosa può fare Alessia per la tua palestra?**"

### Dialoga con i clienti

Con le tecniche di elaborazione del linguaggio naturale (NLP) è in grado di comprendere le richieste sia scritte che parlate dell'utente.

### Multicanale e multilingua

Scegli tu la lingua che deve parlare Alessia tra quelle disponibili e distribuiscilo su vari canali come: Sito Web, Social o tramite Qr Code!

### In continua evoluzione

L'apprendimento di Alessia è in continua evoluzione. Interagendo con gli utenti impara a rispondere a nuove domande, aumentando così la sua base di conoscenza.

### Risposte chiare e precise

Attraverso un linguaggio naturale, risponde in maniera chiara e pertinente alle richieste dell'utente rendendo la conversazione e la prenotazione semplice e rapida.

### Alessia interagisce con i tuoi clienti in ogni momento

- Fornisce informazioni su orari, corsi ecc.
- Aiuta a scegliere i corsi in base degli obiettivi
- Riduce i costi di customer service

- Prende le prenotazioni per i corsi
- Facilita la lead generation
- Migliora l'esperienza del cliente
- Aumenta la brand reputation
- Incrementa le conversioni
- Consiglia i Personal Trainer per obiettivi
- Invia promemoria, ricontatta e fidelizza i clienti
- Prende le prenotazioni con il Personal Trainer

### Sempre operativo

Gli utenti potranno interagire con Alessia 24h su 24, 7 giorni su 7. In questo modo se il personale è impegnato in altre attività, ci pensa Alessia a rispondere per voi!

### Perché pensare proprio alla tecnologia di un assistente virtuale per il settore fitness?

I consumatori sono ormai abituati ad usufruire dei servizi tramite app e le loro esigenze sono in rapida evoluzione digitale. Rendi più fruibile il tuo sito web e i tuoi profili social. Facilita la comunicazione in maniera attiva ma soprattutto innovativa!

### Perché dovresti avere un assistente virtuale per la tua palestra?

È evidente come il processo di *digital transformation* riguardi anche questo settore: basti pensare alla ricerca di nuovi clienti e alla gestione di campagne marketing, o ancora all'organizzazione della palestra.

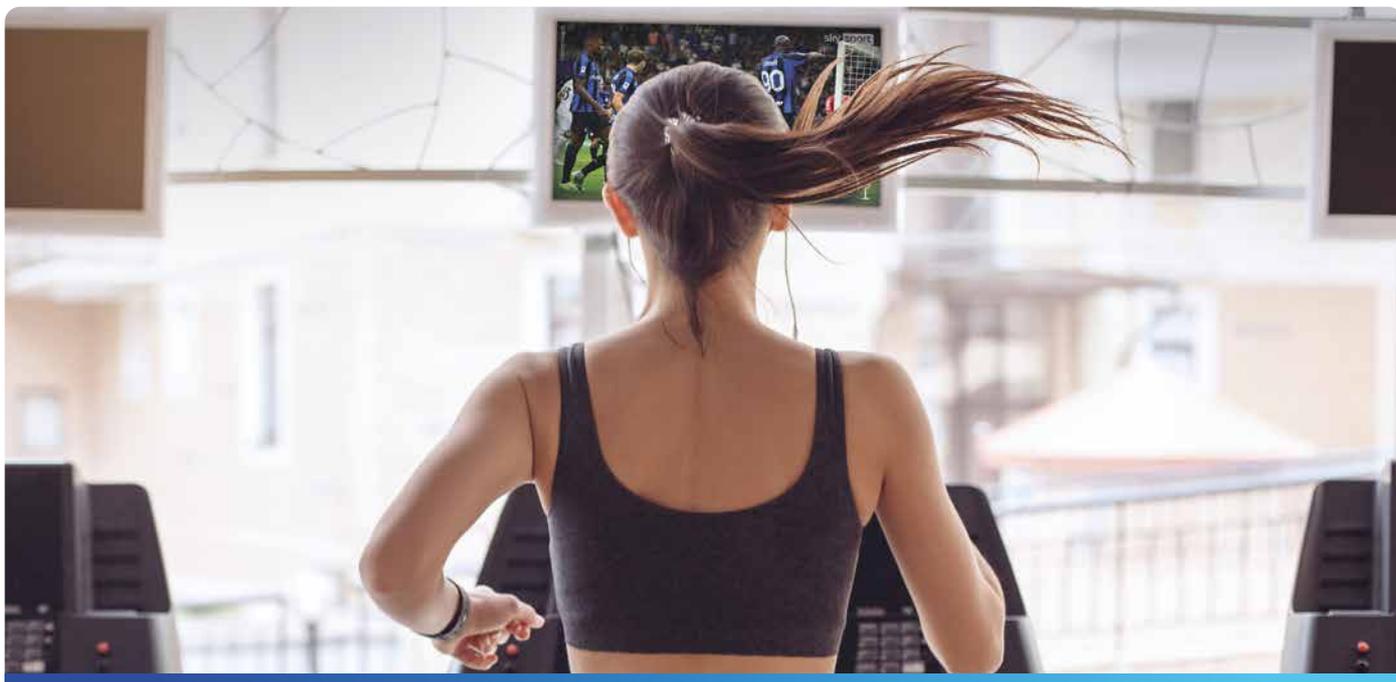
### Dove può essere presente Alessia

Alessia può essere integrato al tuo **sito web**, ai tuoi **canali social** oppure può essere condiviso tramite **QR code**. Il cliente scrive direttamente all'assistente virtuale che fornisce tutte le informazioni sulla base della *Knowledge Base* che personalizziamo insieme a te. ■

### Marco Magnani

Laurea in Marketing, da 30 anni consulente gestionale nel settore del Fitness, autore di Bewellness Blog, si occupa di innovazione digitale e intelligenza artificiale applicata alle PMI. <https://ilblogdimarcomagnani.blogspot.com/m.magnani@bewellness.net>

# Con Sky business la tua palestra è la casa dello sport



Con Sky business porta nella tua palestra la programmazione più completa di sempre di calcio, sport, intrattenimento e news

- Tutta la Serie A TIM con 10 partite ogni giornata, incluse le 7 in sublicenza da DAZN, e tutta la Serie BKT.
- Tutta la UEFA Champions League, la UEFA Europa League e la UEFA Conference League.
- Il calcio europeo con le migliori partite di Premier League, Bundesliga, Ligue1 e LaLiga spagnola.



- Tutti i Gran Premi di Formula1®, MotoGP™, Moto2™ e Moto3™, tutti i Round della World SuperBike.
- Il grande tennis nazionale e internazionale, la NBA e il basket europeo, il rugby e il golf.
- Le news sportive di Sky Sport 24, le notizie di Sky TG24, gli show di Sky Uno, la musica e i programmi di intrattenimento.



Scopri l'offerta Sky per la tua attività  
02.49545159 | [sky.it/gym](https://sky.it/gym)

sky business

# ICON Palestre Smart

## una palestra su misura



Felice Orsinetti, fondatore del marchio ICON Palestre

Molto spesso quando pensiamo all'innovazione nel settore dei centri fitness ci immaginiamo strutture dalle dimensioni imponenti realizzabili con investimenti di grandissima entità e ad appannaggio di pochissimi grossi gruppi internazionali.

Tuttavia se andiamo ad analizzare il dato immobiliare, facendo riferimento ai dati ufficiali IFO, quasi il 70% delle palestre in Italia ha una superficie inferiore ai 1.000 mq e addirittura quasi la metà inferiore ai 500 mq. Per alcuni quindi, potrebbe sembrare inconciliabile l'idea di innovare profondamente la propria offerta di fitness nel contesto di una palestra di piccole-medie dimensioni.

**ICON Palestre** ritiene invece che questo sia assolutamente possibile ed è anche per questo motivo che, per andare incontro alle esigenze di molte richieste ricevute per affiliarsi al brand, e analizzando i dati su citati, ha deciso di inaugurare il concept **ICON Palestre Smart**.

### Un nuovo format per centri di medie dimensioni

**ICON Palestre Smart** nasce per andare incontro alle esigenze del piccolo imprenditore, permettendo così un rinnovamento e un'evoluzione anche di centri Fitness con metrature più contenute, che spesso sorgono in piccoli paesi e nelle periferie delle città. Un format, quello di

**ICON Palestre Smart**, che diventa assolutamente idoneo per tutti, dal personal trainer alla palestra a conduzione familiare, poiché capace di coprire e soddisfare le più svariate esigenze professionali e di investimento economico che nascono tra gli imprenditori piccoli e grandi del fitness.

Dunque format nuovo, ma stesse identiche modalità di supporto e gestione da parte di **ICON Palestre** ai suoi affiliati. Continueranno ad essere offerti piani di abbonamento a prezzi estremamente competitivi e tutta una gamma di servizi aggiuntivi che completano la **ICON Palestre Experience** che gli oltre 30.000 iscritti in tutta Italia hanno dimostrato di apprezzare particolarmente.

Ai propri affiliati, **ICON Palestre** non farà mancare un'analisi iniziale del locale individuato, al fine di progettare la migliore esperienza di fitness possibile nella superficie a disposizione, ottimizzando l'offerta dei servizi da erogare agli iscritti, sulla base degli spazi esistenti.

### Barriere all'ingresso ridotte per gli imprenditori del fitness

Con **ICON Palestre Smart** le regole del gioco vengono riscritte e le possibilità di entrare nel business si moltiplicano.

Questo avviene per tutta una serie di motivi sia di carattere economico-finanziario, che di carattere immobiliare. Innanzitutto aprire una palestra sotto i 1.000 mq richiede un investimento iniziale di minore entità e quindi più alla portata anche del piccolo imprenditore. Inoltre metrature più compatte si traducono anche in minori costi fissi, basti pensare al canone di locazione che è proporzionale alla superficie. Infine, essendo i locali del format ICON Palestre Smart più disponibili nel mercato, il processo di ricerca dell'immobile giusto può diventare più rapido.

## ICON Palestre e ICON Palestre Smart, un connubio sinergico

ICON Palestre parte dalla consapevolezza che in Italia non tutte le città hanno le stesse caratteristiche e lo stesso mercato immobiliare. Ad esempio, esistono delle città capoluogo a grande vocazione commerciale in cui è più semplice trovare la disponibilità di grandi locali, anche in centro, per aprire un centro fitness di grandi dimensioni, ma allo stesso tempo in altre città esistono molti vincoli, inclusi quelli urbanistici, che non consentono di individuare facilmente locali di ampia metratura e/o di farlo a prezzi competitivi. Tutto questo può rappresentare un grosso freno per l'imprenditore del fitness.

L'idea di **ICON Palestre** è quella di presidiare i diversi contesti cittadini con format flessibili e ben adattabili alle condizioni del mercato locale, ed è in quest'ottica che il format **ICON Palestre Smart** si inserisce per portare una specifica idea di fitness anche lì dove fino ad oggi era più complesso.

L'obiettivo finale è quello di far lavorare i due format in sinergia con l'obiettivo di arrivare ad offrire la **ICON Experience** a più utenti possibili.

## Un format di sicuro successo per convertire le palestre esistenti

Dal momento che circa il 70% delle palestre esistenti in Italia lavora su superfici inferiori ai 1.000mq, il format **ICON Palestre Smart** si candida a essere un'ottima opportunità per le operazioni di conversione da palestra tradizionale, magari a conduzione familiare, a centro fitness di nuova generazione e ad alta redditività.

**ICON Palestre possiede un track record di successo nell'apertura e nella conversione di centri fitness**, potendo contare su un know-how consolidato e su procedure in continuo aggiornamento che traducono



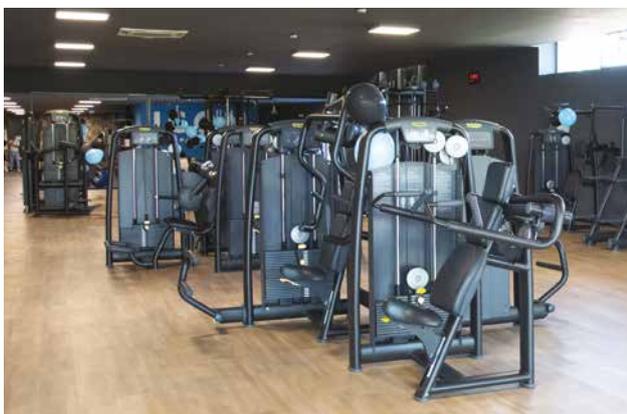
costantemente i trend del mercato in opportunità commerciali per i gestori delle palestre e, di conseguenza, in utili consistenti.

## Come aprire il tuo centro ICON Palestre Smart

Da anni la mission di **ICON Palestre** è quella di offrire la migliore esperienza di wellness in grado di soddisfare un pubblico il più possibile variegato, sia dal punto di vista anagrafico che delle esigenze di allenamento, ed è proprio in questa ottica che oggi viene inaugurato il nuovo format **ICON Palestre Smart** per avvicinare ancora più persone alla filosofia del brand e a un modo unico di concepire il benessere, all'interno di strutture innovative, moderne e accoglienti.

Se il tuo sogno è aprire un centro fitness di nuova concezione, oppure convertire il tuo attuale centro per massimizzarne la redditività, ma fino ad oggi hai dovuto rimandare a causa dell'impegno finanziario richiesto per lo start-up, con **ICON Palestre Smart** puoi farlo, grazie alla possibilità di poter avviare l'attività con un investimento iniziale più contenuto, senza rinunciare a nulla.

Se desideri saperne di più ed entrare nel **franchising ICON Palestre** per iniziare il tuo percorso di successo nel mondo del fitness è possibile visitare il sito internet nell'apposita sezione [www.iconpalestre.it/franchising](http://www.iconpalestre.it/franchising)



ICON Palestre  
[franchising@iconpalestre.it](mailto:franchising@iconpalestre.it)  
[www.iconpalestre.it](http://www.iconpalestre.it)

# SALUTE E PREVENZIONE

## LE DUE PAROLE CHIAVE



LA SALUTE  
ATTRAVERSO  
IL MOVIMENTO  
FISICO, UN'OP-  
PORTUNITÀ

PER LE IMPRESE E  
PROFESSIONISTI DEL  
FITNESS, NEL FUTURO

Il mondo intero soffre di staticità, causata dalla pandemia prima e dalla crisi energetica oggi, il comparto delle palestre e piscine sta soffrendo come non mai; ma come spesso accade le imprese attendono che le situazioni cambino. Questo è l'auspicio degli

imprenditori e dei professionisti del fitness.

Tutte le crisi, che le comunità hanno affrontato negli anni passati, si sono risolte attraverso la creatività e l'individuazione delle opportunità che la crisi stessa offre. La pandemia, oltre alle gravi difficoltà che ha generato, ha offerto al settore fitness l'opportunità di cambiare qualcosa nell'offerta dei servizi, nella modalità di accogliere le persone e nella promozione dei centri/club.

### Non perdiamo questa spinta verso la salute

I clienti finali hanno compreso che la salute è un bene prezioso da proteggere, ma soprattutto, è un bene da preservare con l'attività fisica. Le persone, oltre il 70% degli italiani si aspettano una **chiamata**

dalle strutture che operano all'interno del settore. Bisogna chiedersi se le imprese saranno in grado in grado di attrarre persone, in modo differente da come abbiamo fatto fino a ieri. Si sono preparate ad offrire modalità diverse e percorsi per la salute delle persone? Saranno in grado di aprirsi a nuove nicchie di mercato, oppure si troveranno a lottare con nuovi competitor?

La crisi pandemica è passata, quello che serve adesso è **prendere in mano la situazione e iniziare a creare un vero e proprio piano di comunicazione** da seguire scrupolosamente per attrarre vecchi e nuovi clienti. I clienti, nonostante tutte le migliori intenzioni, navigando tra le varie app dei *social network* o i semplici motori di ricerca vengono bombardati da migliaia di annunci diversi che li

**YOUR WELLNESS  
SOLUTION PROVIDER**  
CARDIO, STRENGTH,  
GROUP TRAINING

**IMPULSEFITNESSITALIA.IT**



**FITGYM DISTRIBUTORE  
UFFICIALE CERTIFICATO  
PER L'ITALIA**

COMMERCIALE  
+39 3456481270  
SERVICE  
+39 3206789975

## Le novità della Linea Sterling

La **linea Sterling** vanta innovazione ed ergonomia. Le sue macchine richiamano il movimento di esercizi fondamentali a carico libero, ma con la potenzialità di una macchina: quindi isolando il muscolo target ed evitando infortuni.

Le macchine della linea Sterling hanno tutte un movimento convergente, per permettere un allenamento delle varie parti del corpo, senza compensazione.

Tutti i macchinari della linea Sterling sono disponibili in diverse colorazioni e si adatteranno perfettamente all'estetica della tua palestra. Ed ecco le novità della Linea SL:

**Super Olympic Bench:** panca piana, inclinata e declinata per il pettorale in un'unica soluzione; Ottima anche per l'allenamento degli addominali e con portadischi. 5 macchine in una.

**Magic rack smith Machine:** due macchine in una, Smith machine + Power rack. Permette l'allenamento di due persone in contemporanea per gambe e petto. Indispensabile per ogni palestra.

**Super Chest Press Iso Lateral:** con angolazione regolabile delle componenti, per concentrare il focus dell'esercizio sulle diverse parti del muscolo pettorale e seduta e bilanciamento ergonomici per la tutela dei muscoli della spalla.

**SL7041**  
SUPER OLYMPIC  
BENCH



**SL7042**  
MAGIRACK SMITH  
MACHINE



**SL7046**  
SUPER CHEST PRESS  
ISO LATERAL





invitano a provare alcuni servizi come:

- *Il tuo abbonamento in palestra a... al mese.*
- *Iscriviti siamo aperti... ore su ..., 7 giorni su 7;*
- *Vieni a provare i nostri corsi!*
- *Avrai tutto il tempo per decidere di ottenere: 1 giorno gratis, 15 giorni, 30 giorni gratis.*

Una vera giungla, dove solo i più forti e organizzati possono sopravvivere: per uscire da tale giungla è fondamentale adottare **scenari di attacco** differenti e sapersi distinguere nelle modalità comunicative.

### **Le persone hanno bisogno di noi, noi di cosa abbiamo bisogno?**

Le persone desiderano essere orientate alle sane abitudini e al miglioramento delle proprie performance di salute. Quindi? Semplice è **necessario cambiare la mentalità di pensiero, degli imprenditori e dei professionisti del fitness in primis, per avvicinare le persone alle palestre.** Le imprese e i professionisti, del settore fitness, solitamente inseguono i clienti, e questo comporta difficoltà sia per l'imprenditore che per i possibili clienti, infatti, se da una parte le imprese comunicano prezzi e offerte gratuite dall'altra parte abbiamo clienti che **sfuggono** da qualcuno che a tutti i costi vuole vendergli qualcosa attraverso

frasi che suonano di massima così **l'attività fisica fa bene**, ma le persone di fronte a questa frase potrebbero rispondere *"ma io sto bene e non capisco perché devo iscrivermi in palestra"*; i professionisti e manager non sono i clienti; i neofiti hanno dubbi e paure nel dover spendere i loro soldi quando non ne sentono la necessità, quando temono di non essere all'altezza. La parola d'ordine che deve essere postata su tutti gli strumenti di comunicazione a disposizione è **prevenzione** (azione diretta a impedire il verificarsi o il diffondersi di fatti non desiderati o dannosi). Se la prevenzione (concetto che in *primis* deve essere chiaro ai professionisti del settore) non entra di diritto durante la pianificazione delle strategie di marketing sociale, si potrebbe assistere nel prossimo futuro alla chiusura di molte imprese del settore o al dover affrontare grandi difficoltà nel continuare la propria attività d'impresa. **Si deve cambiare la modalità di comunicare facendo in modo che le persone si sentano sensibilizzate e stimolate a scoprire l'esercizio fisico** come fattore determinante dei propri stili di vita: non bisogna vendere ma far acquistare i servizi.

### **Tre modi per stimolare le persone ad acquistare i servizi per la salute nelle palestre**

**1. Pensiero dell'imprenditore** "il mio compito è quello di risolvere un

*problema a qualcuno*": le persone che leggono gli annunci o entrano in palestra stanno chiaramente cercando una soluzione a un problema che stanno riscontrando nella propria forma fisica. Stanno cercando qualcuno che dia loro un percorso per raggiungere gli obiettivi fisici e di salute e il centro X ha i professionisti giusti per farlo.

### **2. Il pensiero delle persone:**

*"non ho bisogno di fare attività fisica, io sto bene"*: hanno bisogno di sistemi che supportino il raggiungimento di uno stato fisico con alte performance. Devono avere un grado di fiducia nei servizi e prodotti del centro.

### **3. Prevenzione:** la parola magica.

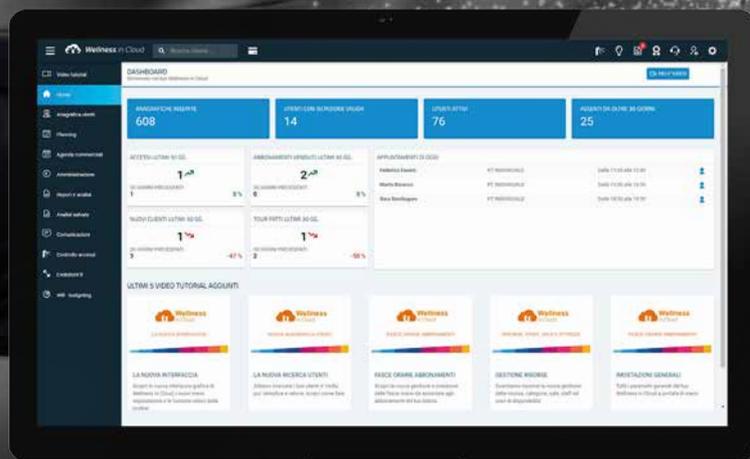
Per il prossimo futuro **la sfida è riuscire a riportare i vecchi clienti e attirarne di nuovi (la massa più critica). In questa società digitalizzata catturare l'attenzione di un potenziale cliente è davvero difficile.** Quindi è fondamentale concentrare le energie nel cercare di dare messaggi chiari che possano davvero raggiungere le persone interessate alla prevenzione e alla salute attraverso l'esercizio fisico. Il 40% delle persone che non hanno mai svolto attività fisica prima della crisi ora afferma che si iscriverebbe molto volentieri in palestra. La chiusura per pandemia ha costretto le persone a stare in casa comportando una maggiore consapevolezza nel voler rimettersi in forma. La comunicazione fatta attraverso social, passaparola e siti web deve porre l'accento sui benefici dell'attività fisica. Il modo di comunicare è cambiato e nessuna impresa può ignorare il fatto che **la salute è un motore per far ripartire il comparto fitness.** ■

### *Gerardo Ruberto*

Direttore generale gruppo GimFIVE, esperto in gestione delle risorse umane, consulente e formatore per l'organizzazione aziendale, docente università Luiss corsi master in wellness management, docente corso di alta formazione Università internazionale delle nazioni unite (ONU), ex Consulente welfare società Luxottica, autore del libro Sport & Fitness Manager e Prima la Salute, presidente associazione Polo della Salute, presidente FSSI.

# Software gestionale per palestre, piscine e centri fitness

**RIFORMA DELLO SPORT:**  
il software è già pronto  
per i cambiamenti  
previsti per i compensi  
dei lavoratori sportivi



-  Prenotazioni corsi e attività
-  Abbonamenti e rinnovi automatici
-  Acquisti e pagamenti online
-  Gestione contabilità ASD e SSD
-  Controllo accessi
-  Schede allenamento

Contattaci su:

-  [wellness@teamsystem.com](mailto:wellness@teamsystem.com)
-  [wellness.teamsystem.com](http://wellness.teamsystem.com)
-  [@teamsystem.wellness](https://www.facebook.com/teamsystem.wellness)



Scopri di più



La soluzione più scelta in Italia.

# RINNOVA INNOVANDO

## SCEGLI IMPULSE BY FITGYM

**Soluzioni Impulse: risparmia spazio, denaro, attira nuovi clienti rinnovando**

**Oggi abbiamo con noi *Marco Cennini*, di Fitgym, distributore esclusivo per l'Italia di Impulse, uno dei leader globali del settore fitness. Marco, cosa puoi dirci di Impulse?**

**Impulse è il leader del mercato Cinese**, è tra i primi tre produttori mondiali, quello che innova continuamente e cresce più velocemente. **Quotato alla borsa di Shenzhen dal 2017.**

Ha iniziato l'attività nel 1975 a Taiwan, dal 1991 produce in Cina e accanto alla produzione per i marchi più famosi, lancia il marchio Impulse con una strategia votata all'internazionalizzazione, alla qualità dei prodotti, all'innovazione, prodotti offerti a prezzi competitivi, giusti.

Ha uno staff di oltre 4.000 dipendenti di cui oltre 120 nella ricerca e sviluppo.

Da leader globale del settore fitness è attivo in oltre 200 paesi, fornisce macchinari ai più famosi marchi del fitness sia in America che in Europa, grazie a una gamma estremamente ampia, tutti dotati di certificazioni sulla sicurezza e l'ambiente.

Impulse offre soluzioni per linee cardio, isotoniche, carico libero, funzionale, indoor e outdoor, con una grande versatilità: i suoi prodotti possono servire le esigenze di palestre, studi personali, ma anche strutture ricettive, aziende o spazi aperti, come le piscine e gli stabilimenti balneari.

Per vedere la gamma completa è a disposizione il sito della Fitgym: [www.impulsefitnessitalia.it](http://www.impulsefitnessitalia.it)



MULTI FUNCTIONAL  
TRAINER ES2000



Marco Cennini, di Fitgym, distributore esclusivo per l'Italia di Impulse

### Perché un cliente dovrebbe scegliere le macchine Impulse?

**Perché è quello che ha maggiore esperienza con oltre 50 anni di storia e visione di oltre 200 mercati mondiali.**

Per la grande attenzione all'innovazione e alle esigenze dei mercati, che si esprime in una gamma molto ampia dal design elegante, moderno, in macchine con soluzioni polifunzionali, che aiutano a risparmiare spazio e ottimizzare gli investimenti e per essere particolarmente competitiva con prezzi giusti per ogni segmento di mercato.

E poi, **Impulse** ha una cura particolare per i clienti, con servizi post-vendita e assistenza puntuali, affidabili e

una garanzia a vita sui telai dei prodotti. Anche per le parti elettriche e usurabili, viene offerta una garanzia più lunga del termine di legge e di quella applicata dalla concorrenza: parliamo di 3 anni per motori, 2 anni per le parti mobili, display, e addirittura 6 mesi per le parti soggette ad usura, anche se non previsto da alcuna normativa.

## E in termini di prezzi?

I prezzi **Impulse** sono molto vantaggiosi su tutti i segmenti. Con **Impulse**, anche una piccola realtà indipendente può permettersi una palestra attrezzata e di qualità, con prodotti dal migliore contenuto tecnologico, un aspetto più fresco, garanzie estese e ovviamente nessuno dei possibili problemi che avrebbe un macchinario di seconda mano.

Pensiamo alla gamma cardio, ad esempio un tapis roulant come l'AC-4000, uno dei nostri tapis-roulant di ultima generazione: una macchina ergonomica da corsa, silenziosa console da 18 pollici direttamente fissata alla pedana, nessuna vibrazione anche correndo a 20 km all'ora, che ha un prezzo del 30% inferiore rispetto alla media.

## Fitgym, la vostra realtà, come si muove sul mercato?

Abbiamo scelto **Impulse** da oltre 10 anni e continueremo assieme; per la fiducia che si è instaurata, per la facilità di dialogo e la prontezza delle risposte, per la assoluta affidabilità e coerenza nel perseguire la loro visione che è anche la nostra: soddisfare i clienti con prodotti di qualità e che facciano risparmiare costi, spazio e manutenzioni ai clienti.

Essendo **Fitgym distributore ufficiale**, curiamo la clientela sul territorio italiano con visite dirette di personale esperto e qualificato e sui social con risposte immediate ed esaurienti.

Teniamo a magazzino sia il prodotto finito sia parti componenti, per garantire consegne veloci, e proviamo ai montaggi e all'assistenza tecnica post vendita su tutto il territorio.

Gestiamo il ritiro dell'usato e, grazie a convenzioni con istituti bancari e finanziari, supportiamo i clienti con leasing, locazioni operative a medio termine, che permettono di rilanciare la propria attività o di rinnovare il proprio parco macchine senza preoccupazioni.

## E rispetto all'innovazione? Qual è il punto forte della vostra gamma?

Ad esempio, la **linea Sterling**, a carico libero, ha contenuti assolutamente innovativi, dal punto di vista delle soluzioni di allenamento. La **SL 7038** ha rivoluzionato l'allenamento dei glutei: basta con le panche e i bilancieri, con i tappetini sparsi in giro.

Le **linee top IT 95** e soprattutto la bellissima **Exoform**, frutto della collaborazione con designers di vari continenti, hanno entrambe impugnature coperte da brevetto in nichel o acciaio inox come pure le sedute hanno il sistema 3 linkage seat assistiti, comodità e facilità di entrata ed uscita.



EXOFORM FE9701

E poi l'**ES 2100 ES 2000**, gabbie multifunzionali con la smith machine, la ES 7030 dual pulley, e le multistazioni da 3, 4, 5, 8 postazioni, frutto di mirate e attente progettazioni tese a ridurre costi e prezzi.

## Un'ultima battuta: perché Impulse in 2 righe?

Perché prima di pensare a rinnovarti o aprire una palestra con macchine usate rigenerate, che è un salto nel buio per di più non a basso costo, ma ad alto rischio, scegli **Impulse** che ti offre una nuova generazione di macchine con il miglior rapporto prezzo/qualità, innovative e con le garanzie più lunghe e la presenza sul territorio di professionisti del fitness che ci mettono la faccia.

CAMBIA IN MEGLIO, SCEGLI IMPULSE

**impulse italia**  
by FITGYM

FITGYM



[www.impulsefitnessitalia.it](http://www.impulsefitnessitalia.it)  
[info@impulsefitnessitalia.it](mailto:info@impulsefitnessitalia.it)  
Commerciale 3456481270  
Service 3206789975



@IMPULSEBYFITGYM

# LA RIFORMA DELLO SPORT È COMPIUTA!

## LE PRINCIPALI NOVITÀ DA TENERE A MENTE



COME CAMBIA  
IL SETTORE  
DELLO  
SPORT DOPO  
L'APPROVAZIONE  
DEFINITIVA DELLA  
RIFORMA. PUNTI CHIAVE E  
PRIMI APPROFONDIMENTI

**D**opo anni di buoni propositi e gli ultimi mesi di attese, proroghe e slittamenti ora la Riforma dello Sport è ufficialmente compiuta.

Con l'approvazione definitiva del decreto correttivo al Decreto Legislativo 36/2021 il complesso di riforme che interesseranno il settore sportivo sono legge dello Stato ed entreranno in vigore a partire dal **1 gennaio 2023**.

Potranno esserci dei rinvii (tramite appositi decreti o attraverso la legge di bilancio) così come richiesto anche da diverse federazioni

sportive, ma il grosso del lavoro è stato indubbiamente fatto e non resta altro che accogliere quanto previsto dalla cosiddetta Riforma dello Sport e adeguarsi di conseguenza.

Molti dei cambiamenti in oggetto sono profondi e impatteranno in maniera significativa sulla gestione delle **attività delle associazioni e delle società sportive**. È un cambiamento e come tale andrà assimilato e digerito, quindi compreso, prima di poter essere reso operativo a tutti gli effetti. Anche per questo sarà sempre più





scopo di lucro. Per i professionisti la norma sarà quella di un contratto di lavoro subordinato (a eccezione delle prestazioni per singoli eventi e manifestazioni) a condizione che tale rapporto di lavoro non superi le 8 ore settimanali o i 5 giorni mensili (quindi 30 giorni in un anno); altrimenti il rapporto di lavoro si configurerebbe come lavoro autonomo.

### I lavoratori autonomi

La norma nel settore dilettantistico, invece, sarà quella del **rapporto di lavoro autonomo** nella forma di un Contratto di collaborazione (co. co.co) laddove la collaborazione non superi le 18 ore settimanali (nelle quali non rientra il tempo per lo svolgimento delle manifestazioni sportive) e che le prestazioni di lavoro siano svolte nel rispetto dei regolamenti delle rispettive Federazioni Sportive Nazionali, Discipline Sportive Associate o Enti di Promozione Sportiva.

### I contratti di lavoro subordinati

Per i rapporti di lavoro subordinati i contratti di lavoro potranno prevedere un limite massimo di fine non superiore ai 5 anni. inoltre per questi contratti non si applica il divieto di successione di contratto a tempo determinato così come è ammessa la possibilità di

cessione del contratto prima della scadenza.

### I lavoratori non sportivi

Per tutti i lavoratori sportivi verranno applicate le **discipline ordinarie anche in materia di previdenza**, tutela dell'infortunio e della malattia, della gravidanza, della maternità e della genitorialità, così come tutte le misure in materia di disoccupazione involontaria e quelle di tutela della salute della sicurezza sui luoghi di lavoro e quelle di assicurazione contro gli infortuni sul lavoro. Tali modifiche comporteranno anche il diritto, per i lavoratori sportivi subordinati, di accedere alle tutele della NASPI (Nuova Assicurazione Sociale per l'Impiego).

### I compensi

Un aspetto importantissimo riguarda i **compensi degli sportivi dilettantistici** che di fatto vengono completamente rivoluzionati. Rispetto al passato, infatti, i compensi per i premi vengono assimilati a quello generale e in tal senso saranno tassati a **titolo d'imposta del 20%**. Questo significa che i premi non si sommeranno ad altri redditi per la determinazione delle aliquote.

### La figura del volontario

Il volontario sportivo, invece, sarà il collaboratore che svolgerà

le sue mansioni in maniera completamente gratuita e che pertanto non potrà ricevere alcun tipo di compenso o remunerazione. Potrà beneficiare solamente del rimborso per eventuali spese che avrà sostenuto. In tutti i casi questo tipo di collaborazione dovrà prevedere un'assicurazione per la responsabilità civile verso terzi.

### I contratti di apprendistato per gli over 15

Sia le società sportive dilettantistiche sia quelle professionistiche potranno stipulare **contratti di apprendistato con giovani di età superiore ai 15 anni** con l'obiettivo di contribuire alla formazione di giovani atleti.

### I dipendenti pubblici

Tra gli aspetti da considerare c'è la possibilità per i dipendenti di pubblici di continuare a esercitare un lavoro sportivo inviando preventiva comunicazione alla relativa amministrazione di competenza. Nel caso in cui il lavoro prevedesse una retribuzione questo sarà oggetto del regime tributario e previdenziale previsto per i co.co.co. sportivi dilettantistici.

### Previdenza e tasse

Una legittima preoccupazione per i sodalizi sportivi riguarda il "costo" della Riforma dello Sport, ovvero quanto questa impatterà sui bilanci delle singole realtà in materia di tassazione. La novità riguarda innanzitutto la creazione di tre fasce di compensi sui quali verranno applicate le imposte tributarie e previdenziali. Le fasce sono: **compensi inferiori a 5000 €**, **compensi tra 5000 € e 15000 €** e **compensi superiori a 15000 €**. Per le prime due fasce non verranno applicate imposte tributarie. Per i compensi eccedenti i 15000€, quindi, il reddito del lavoratore sportivo verrà assoggettato a tassazione secondo le aliquote fiscali ordinarie. È bene precisare che tale assoggettamento riguarderà solo la parte eccedente i 15000€; di fatto quindi **l'esenzione fiscale per i lavoratori sportivi passa**

**dagli attuali 10000€ a 15000€.** Al momento in cui incassa il compenso ogni lavoratore sportivo avrà l'obbligo di comunicare, tramite autocertificazione, l'ammontare dei compensi percepiti nell'anno solare di riferimento. per i giovani atleti professionisti il superamento dei limiti di 15000€ non contribuisce al calcolo delle detrazioni per il lavoro dipendente.

### Il trattamento previdenziale

Per quel che concerne l'assoggettamento previdenziale, invece, l'esenzione è limitata solamente alla prima fascia, ovvero quella dei compensi inferiori a 5000€ annui. La gestione previdenziale dei lavoratori sportivi è di competenza del **Fondo Pensione Sportivi Professionisti gestito dall'INPS** per i lavoratori subordinati dilettanti e professionisti, mentre dalla **gestione separata dell'INPS** per i lavoratori autonomi e quelli co.co.co del settore dilettantistico.

Per i compensi superiori ai 5000€ sono previste quattro differenti aliquote previdenziali. Per i rapporti di lavoro subordinati si applica l'**aliquota del 33%**, per i co.co.co. l'**aliquota del 25%** (anno 2023), per i lavoratori autonomi

l'**aliquota del 25%** (25,72%) e per i lavoratori sportivi già iscritti a forme previdenziali obbligatorie l'**aliquota del 24%**. Tutte le aliquote previdenziali (eccezion fatta per quella per i rapporti di lavoro subordinato) saranno ridotte al 5% per i prossimi 5 anni, quindi fino al 31 dicembre 2027. Inoltre la base imponibile sulla quale calcolare la parte previdenziale è ridotta del 50%, mentre per la parte assistenziale viene integrata alla parte eccedente i 5000€.

### Gli adempimenti

Un altro degli aspetti interessanti è quello legato alla **semplificazione degli adempimenti e una loro digitalizzazione mediante l'utilizzo del Registro Nazionale delle attività sportive dilettantistiche** per la gestione dei rapporti di lavoro sportivo. I dati del rapporto di lavoro sportivo dilettantistico, quindi, potranno essere comunicati tramite il RNASD e di fatto questa comunicazione sostituisce le attuali comunicazioni previste per il centro per l'impiego.

Sono esentati dall'obbligo di invio di detta comunicazione i rapporti di lavoro con una retribuzione annua inferiore a 5000€.

Sempre tramite il RNASD vi è la gestione degli **obblighi relativi al L.U.L e alla comunicazione mensile all'INPS** per i co.co.co. Il cedolino (il prospetto paga) non è obbligatorio per i compensi annuali inferiori ai 15000€, ma per i compensi superiori a 5000€ si dovrà calcolare il contributo INPS da pagare tramite modello F24 (generabile tramite il RNASD) e inviare il relativo **modello Uniemens**. Sempre tramite il registro sarà possibile inviare la comunicazione INAIL e l'autoliquidazione del premio, così come l'elaborazione della CU (Certificazione Unica) e la predisposizione del file telematico che andrà trasmesso all'Agenzia delle Entrate.

### Alcuni approfondimenti

#### La distribuzione degli utili

Un'importante novità (ed estensione) ratificata dalla Riforma dello Sport riguarda la **distribuzione parziale degli utili**. Da questo momento essa sarà possibile non solo per le





società sportive dilettantistiche a responsabilità limitata, ma anche alle cooperative sportive. Nello specifico la distribuzione degli utili si configura in misura non superiore al 50% degli utili prodotti (e sempre entro il limite dell'interesse dei buoni fruttiferi postali aumentati di 2.5 punti rispetto al capitale versato). Per le cooperative sportive la possibilità di distribuire i dividendi sarà possibile senza il limite del 50% degli utili prodotti. Per le SSD, invece, che gestiscono impianti sportivi, piscine e palestre, la **quota di dividendi distribuibile passa dal 50% all'80%**.

### La sicurezza

La sicurezza sul posto di lavoro è un argomento sempre molto sentito e allo stesso tempo delicato sul quale la Riforma dello Sport più che introdurre delle novità fa delle dovute precisazioni. Ricordiamo come anche nel settore degli enti no profit sia prevista per i soci lavoratori la redazione del **Documento di Valutazione dei Rischi (DVR)** con l'indicazione dei rischi a cui si è sottoposti nello svolgimento dell'attività sportiva. Ciò che viene precisato riguarda la sorveglianza che è obbligatoria, mentre il tipo di adempimento sanitario da adottare deve essere valutato singolarmente in relazione alle mansioni svolte e ai relativi rischi.

Questo significa innanzitutto che deve esserci una profonda chiarezza sulle mansioni svolte all'interno della singola struttura

di lavoro. Una novità, invece, riguarda l'**introduzione di una scheda sanitaria** relativa alle attività sportiva che riguarda ogni lavoratore che svolge prestazioni non occasionali nella quale sono riportati non solo gli esami per l'idoneità sportiva, ma anche i corsi di formazione sulla sicurezza e tutte le altre informazioni utili in materia. Resta obbligo del datore di lavoro valutare i rischi legati allo svolgimento dell'attività di lavoro riducendoli il più possibile così come quello di **informare i lavoratori sulle misure di emergenza che devono all'occorrenza essere adottate**.

Un aspetto molto importante, invece, riguarda l'introduzione per la prima volta di disposizioni specifiche per i minori che praticano attività sportiva prevedendo, tra gli altri, l'individuazione di un responsabile con lo scopo di contrastare il fenomeno della violenza e degli abusi sui minori.

### Mettere in pratica la Riforma dello Sport: una sfida da vincere

Come abbiamo avuto di tratteggiare sono tanti e in alcuni casi molto profondi i cambiamenti. Quelli qui delineati sono alcuni dei punti di **maggiore interesse**, come questi si convertano e si applichino alle singole realtà sportive va valutato, ovviamente, caso per caso.

Potranno essere necessarie delle riforme agli Statuti, dei cambiamenti nella gestione ordinaria del lavoro e la rimodulazione dei contratti in

essere. Ogni realtà, anche in base alla propria natura giuridica, dovrà verificare l'**impatto a bilancio delle nuove regole** e valutare le soluzioni migliori da adottare.

Per questo motivo, come anticipato nell'introduzione, sarà fondamentale il **ruolo dei consulenti**, come quello dello Studio Co.De. Accounting di Roma, specializzato nell'assistenza fiscale e tributaria agli enti sportivi e no profit. La materia della Riforma dello Sport non è solo complessa da assimilare, ma come tutte le riforme e come tutte le normative tributarie, fiscali, previdenziali e legali, ha diverse implicazioni da considerare. L'adeguamento, quindi, non è univoco e ogni realtà deve **confrontarsi con i propri numeri, esigenze e obiettivi** e il lavoro da fare sarà davvero enorme, ma è imprescindibile. Può rivelarsi l'occasione per snellire e migliorare la propria struttura e trovare un'efficacia operativa e gestionale migliore tale da assicurare una maggiore stabilità e una migliore capacità di successo. Che è quello di cui tutte le realtà sportive, dalle più grandi alle più piccole, hanno bisogno. ■

### Daniele Di Geronimo

Giornalista pubblicitario e Copywriter per passione e professione. Laureato in Lettere Moderne collaboro con lo Studio Co.De Accounting di Roma per la redazione di contenuti editoriali per il web con particolare attenzione verso il settore dello sport, degli enti sportivi dilettantistici e delle varie tematiche fiscali e normative che li regolamentano

CROSSBOW LINE® .com

Tel. 0434.857012

# JUNGLE MACHINE



CROSSBOW LINE® .com

Cell. 338.6525777 - Tel. 0434.857012

WWW.FITNESSSTUDIO.IT - E-mail: info@fitnessstudio.it

**FITNESS**  
**STUDIO.it**  
di Tony Fumagalli

# MAGICLINE

## PROSEGUE IL SUO PERCORSO DI CRESCITA INTERNAZIONALE

MAGICLINE

**LE MIGLIORI  
PALESTRE**  
USANO MAGICLINE

magicline.com/it

Il 2022, lo sanno fin troppo bene i professionisti del fitness, è stato certamente un anno particolarmente complicato per molte realtà dell'industria dello sport. Soprattutto per le incertezze legate al costo della vita. Tuttavia, nonostante il generale smarrimento provocato dai pesanti impatti socioeconomici indotti dall'onda lunga del Coronavirus prima e dall'instabilità geopolitica poi, sono emerse compagini societarie che se da un lato sono state in grado di offrire un supporto concreto alle esigenze degli operatori del fitness, dall'altro sono state anche capaci di proporre innovative soluzioni digitali alle numerose problematiche poste dai nuovi scenari politico sociali.

È il caso di **Magicline**, il **software per palestre** più utilizzato in Europa che forte dei suoi oltre 5000 clienti in tutto il mondo - compresi prestigiosi brand del fitness internazionale - ha saputo incontrare e coniugare agevolmente le necessità di piccoli, medi e grandi operatori del settore.

### **Magicline: le ragioni della leadership**

Già leader di mercato in Germania con un'esperienza ventennale nel settore dei gestionali per palestre,

**Magicline vanta oggi un'avanzatissima infrastruttura** in grado di soddisfare le esigenze di business di qualsiasi operatore del fitness.

Grazie al suo innovativo ecosistema che si arricchisce di nuove funzionalità addirittura su base settimanale, Magicline supporta efficientemente i gestori di palestre nella digitalizzazione di tutti i servizi presenti all'interno di una struttura sportiva coniugando sapientemente le esigenze degli operatori e quelle dei loro clienti.





Del resto, non deve sorprendere che proprio durante un periodo così complicato come quello della pandemia **SportAlliance**, il gruppo a cui fa capo il software per palestre **Magicline**, si sia di recente assicurato un investimento di **crescita di ben 60 milioni di euro da PSG**, noto player internazionale leader nel settore del *Growth Equity*.

L'investimento in questione mira di fatto a sostenere l'espansione di **Magicline** sul piano internazionale, con particolare attenzione a quelle che possono essere le necessità, sia di natura economica che prestazionale, dei singoli mercati.

In quest'ottica, quindi, oltre che in Germania **Magicline è presente anche in Italia**, Spagna, Francia, Olanda, Belgio, Lussemburgo, Regno Unito, tanto per citarne alcuni.

## Il volano del successo italiano di Magicline

Forte di questa iniezione di capitale e di una infrastruttura digitale assolutamente all'avanguardia, **Magicline** si è presentata sul mercato italiano con un'offerta allettante: a fronte di un **contratto di 24 mesi, il primo trimestre viene offerto a titolo gratuito**, mentre il secondo trimestre viene offerto scontato del 50% rispetto ai prezzi di listino.

E, per non farsi mancare proprio nulla, nell'offerta sono stati inseriti anche altri due **moduli gratuiti**: la formazione con un Account Manager dedicato e l'assistenza integrata direttamente nel software.

Infine, ragionando su un concetto di economie di scala, **Magicline ha deciso di offrire il proprio ecosistema gratuitamente, a vita**, a tutte quelle palestre con un massimo di 100 anagrafiche attive.

Tutti elementi, questi, che congiuntamente alla solidità ed innovazione del software hanno sancito il trionfo di questo gestionale per palestre in Italia attestandosi

di fatto come uno dei fornitori di maggiore successo e visibilità in appena pochi mesi.

## L'offerta di Magicline per il 2023

Oltre a quanto specificato sopra, **Magicline** è lieta di riconfermare anche la proposta di assetto del software, ulteriore e forte elemento di discontinuità rispetto al mercato. Non un'offerta modulare che prevede costi aggiuntivi per ogni modulo sottoscritto quanto piuttosto un'opzione unica, globale, con **un costo chiaro**, certo e privo di qualsivoglia ambiguità.

E chiaramente, come nelle migliori tradizioni **Magicline**, **formazione e assistenza comprese, senza alcun costo aggiuntivo!**

Inoltre, incluse in ogni profilo tariffario - compreso quello totalmente gratuito - ci sono le varie funzionalità di CRM, *Marketing Automation*, controllo accessi, avanzatissime reportistiche per monitorare l'andamento del business, la gestione delle leads, l'app per i gestori, **l'app per i clienti** della palestra, una vetrina digitale attraverso cui presentare la propria struttura, dotata di tutte le funzionalità di booking e tanto, ma tanto altro ancora!

## Le prospettive per il futuro di Magicline

Quello appena trascorso, lo sappiamo bene, è stato certamente un anno non facile. **Magicline**, forte dei grandi traguardi raggiunti sia a livello nazionale che internazionale, guarda al futuro con rinnovato ottimismo, restando al servizio dei professionisti del fitness nella digitalizzazione delle proprie strutture e con la ferma convinzione di chi sa che grandi imprese richiedono grandi sforzi comuni.

E allora, quale miglior modo di prepararsi alla sfida, se non facendo dello sport la nostra stessa missione aziendale?



**Michele Parisi**  
**Regional Director Southern Europe**  
[michele.parisi@sportalliance.com](mailto:michele.parisi@sportalliance.com)  
 Tel: +39 0971 16 80 048  
 Cell: +39 340 93 39 419  
[www.magicline.com/it](http://www.magicline.com/it)



# LA RIFORMA DELLO SPORT RIFLESSIONI



CON IL DECRETO  
LEGISLATIVO  
CORRETTIVO  
SI CHIUDE (O  
SI APRE) UN  
IMPORTANTE CAPITOLO  
DELLA STORIA DEL  
DIRITTO DELLO SPORT  
ITALIANO

**D**a qui il quesito: il lavoratore sportivo è “diventato un lavoratore a tutti gli effetti?”

Approfondiamo: ipotizzando che oggi sia il primo gennaio e che entri in vigore la Riforma dello Sport così come disciplinato e approvato dal decreto legislativo correttivo il 29 settembre (senza considerare eventuali correttivi che potrebbero essere adottati dal nuovo governo), analizzeremo questo tema secondo due prospettive; quella del lavoratore e quella del datore di lavoro sportivo.

Prima di osservare tali prospettive, quella del lavoratore e quella del

datore di lavoro, facciamo una piccola premessa:

**1.** I rapporti di lavoro subordinato sono disciplinati dallo Statuto dei Lavoratori (Legge 300 del 20 maggio del 1970, la norma che disciplina i diritti ed i doveri dei lavoratori riconosciuti come tali).

**2.** L'ordinamento italiano prevede che il lavoro possa essere solo di due tipi:

**a.** Il lavoro autonomo, che comprende lavoratori a Partita Iva e Contratti di lavoro occasionali, contratti di collaborazione sportiva (per i tecnici) e amministrativo gestionali (per la segreteria)

**b.** Il lavoro subordinato, ovvero il tipico contratto di lavoro subordinato.

**3.** La legge di riforma parla di 3 livelli di retribuzione

**a.** fino a 5.000 senza oneri contributivi e fiscali

**b.** da 5.001 a 15.000 con oneri contributivi e senza oneri fiscali

**c.** oltre 15.000 con oneri contributivi e fiscali

**4.** Oneri Contributivi e Oneri fiscali.

**a.** gli oneri Contributivi saranno al 25% (fino al 31 luglio 2027 lo stato sosterrà il 50% degli oneri contributivi)

**b.** gli oneri fiscali (IRPEF - Imposta Reddito Persone Fisiche) variano a seconda della fascia di reddito, ovvero:

**b.1.** da 15.001 a 28.000 €  
l'aliquota è al 25%

**b.2.** da 28.001 a 50.000 €  
l'aliquota è al 35%

**b.3.** Oltre i 50.000 € l'aliquota è al 43%

Esempio di applicazione:

**a)** Luca ha percepito 6.000 euro, gli oneri contributivi si applicheranno su 1000 euro (250 €)

**b)** Luca ha percepito 18.000 euro, gli oneri contributivi si applicheranno su 13.000 euro (3.250 €) e fiscali su 3.000 euro (750€).

Vediamo ora l'impatto che la Riforma dello Sport avrà sul tecnico e sull'organizzazione sportiva.

## Prospettiva del lavoratore

Il contratto di lavoro sportivo avrà una durata massima di 5 anni, con la possibilità di essere rinnovabile. Questa condizione rende il lavoratore sportivo non "a livello" delle altre categorie disciplinate dallo Statuto dei lavoratori in quanto non è prevista la subordinazione a tempo indeterminato.

A questo si aggiunga che il **lavoratore sportivo è "libero" dall'art. 18** (sempre dello Statuto Citato), dove per libero si intende che non si potrà applicare l'istituto di licenziamento. Quindi,

tecnicamente al lavoratore sportivo potrà essere al massimo revocato il mandato. Per dare un'idea, la posizione del lavoratore sportivo sarà molto simile a quella che si vede nei film americani dove il "sei licenziato" ha una valenza immediata.

Quando entrerà in vigore la legge di riforma (1° gennaio 2023, salvo prolungamenti decisi del governo entrante), il lavoratore sportivo potrà erogare la propria attività secondo due approcci: quello professionale e quello retributivo.

## Approccio Professionale

Secondo la Legge di Riforma il contratto di collaborazione sportiva è da considerarsi "**autonomo**" fino a un limite massimo di 18 ore, superate le quali si potranno adottare diverse misure (che approfondiremo nel paragrafo successivo relativo alla prospettiva del datore di lavoro).

In buona parte dei centri fitness si applicano due contratti sportivi (T.U.I.R – Testo unico imposte sul reddito – Art 67, lettera m) che si applicano alle quattro figure professionali principali:

- l'istruttore di nuoto
- l'istruttore fitness
- l'istruttore di sala attrezzi
- la segreteria

Mentre i primi tre appartengono viene applicato un tipo di contratto di collaborazione sportiva, la quarta appartiene alla categoria **amministrativo gestionale**, fattispecie contrattuale che la Riforma ha espressamente dichiarato non rientrare nell'ambito del lavoro sportivo. Questa criticità verrà affrontata nel paragrafo relativo alla posizione del datore di lavoro.

Se oggi fosse il primo gennaio, a mio avviso avremmo:

**a.** da una parte gli istruttori di sala, di nuoto e segretarie, facilmente supererebbero sia la soglia delle 18 ore settimanali che dei € 5.000

**b.** gli istruttori fitness, che pur erogando solitamente molte meno ore di lavoro rispetto alle categorie precedentemente citate, mediamente, ricevono compenso

orario considerevolmente più alto; in questo caso supererebbero in un lasso di tempo il tetto dei € 5.000.

## Quali potrebbero essere le soluzioni?

Per l'**amministrativo gestionale**, una volta superate le 18 ore settimanali si aprirebbero tre possibilità:  
**a)** ridurre a 18 ore settimanale la propria prestazione d'opera  
**b)** per collaborazioni superiori a 18 ore essere assunta con Contratto Nazionale del Lavoro Non Sportivo  
**c)** aprire Partita IVA

Per il lavoratore sportivo si aprirebbero tre possibilità:

- a)** ridurre a 18 ore settimanali la propria collaborazione
- b)** godere delle agevolazioni contributive e fiscali disciplinate dalla legge
- c)** aprire Partita Iva

Quanto alla Partita Iva, a mio avviso sussistono delle criticità:

**a)** per coloro che hanno come attività principale o prevalente la Partita Iva va sottolineato che, per sostenere i costi base, è necessario conseguire una retribuzione di almeno €20.000/25.000 netta.

**b)** I dipendenti di altri settori che come secondo lavoro svolgono questa professione, possono aprire Partita Iva.

In Linea generale il dipendente pubblico ha maggiori limitazioni rispetto al dipendente privato, come linea di indirizzo comune, l'attività "secondaria", ovvero quella per cui il dipendente ha aperto Partita Iva, non deve essere in conflitto di interessi rispetto a quella principale (il contratto di subordinazione).

Quanto al dipendente che opera in altri settori, qualora superasse il limite delle 18 ore, potrà essere assunto purché il monte ore "in regola" non superi le il monte ore settimanale di 40 ore.

**È importante sottolineare che gli eventi non sono da attribuire al monte ore sopra citato, pertanto non vengono considerati come ore da accumulare alle 18 ore settimanali.**



### Prospettiva del datore di lavoro sportivo:

La distinzione tra modello profit e non profit è determinante. L'organizzazione **PROFIT** è strutturata e configurata per sostenere gli adempimenti retributivi e fiscali, mentre l'organizzazione **NON PROFIT** meno. Questo genera una serie di criticità e valutazioni. Vediamo insieme quali sono.

### Approccio retributivo

Sicuramente la riforma avrà un impatto sui costi che ho citato nell'approccio retributivo del lavoratore, rendendoli "più pesanti". Di seguito suggerirò alcune soluzioni che si potrebbero adottare per rendere il costo del lavoro più leggero.

- **Formazione Finanziata**, per effetto della L 338/200, attraverso lo 0,30% dei contributi, è possibile attivare percorsi formativi obbligatori e professionali; i primi riguardano sicurezza e primo soccorso, mentre i secondi interessano la formazione professionale (tecnica, segreteria, social media, vendita, manageriale). In questo caso il vantaggio ulteriore è dato dal fatto che il processo di formazione interna è anche a vantaggio della struttura e non solo del collaboratore.

- **Asseverazione**, ovvero avere tutto il personale formato e aggiornato in materia di salute e sicurezza, comporta una agevolazione (sconto) INAIL che può arrivare al 28%.

- **Rivalutazione TFR**, ovvero Il coefficiente di rivalutazione del TFR è una percentuale, calcolata mese per mese, utilizzata per incrementare (rivalutare) il fondo TFR accantonato fino all'anno precedente. La rivalutazione del TFR è stata introdotta per la prima volta con la riforma dell'82 (L. 297/1982) che ha modificato l'Art. 2120 del Codice Civile. Questo costo può essere azzerato disponendo che il TFR sia trasferito presso fondi privati costituiti "ad hoc" per soddisfare anche queste esigenze.

### Approccio Professionale

Anche in questo caso, quattro possono essere le soluzioni:

**a)** Mantenere lo stesso livello di servizio e sostenere l'incremento dei costi.

**b)** Mantenere lo stesso livello di servizio, ovvero il monte ore di erogazione pagate "ad ora" concordando un pagamento orario più basso. L'obiettivo è quello di ridurre l'incremento dei costi contributivi e fiscali.

**c)** Ridurre la qualità del servizio, ovvero riducendo il monte ore

di erogazione, con il rischio di impattare sulla fidelizzazione (in questo caso sarà opportuno modificare il modello di marketing analitico, strategico ed operativo dell'organizzazione sportiva per compensare la perdita di fatturato derivata dalla riduzione dei proventi da fidelizzazione).

**Le promozioni rappresentano una delle 4 leve del marketing operativo, il livello più basso di marketing, quello operativo che si estende su un orizzonte temporale a breve termine. Per modello di marketing intendo l'analisi del mercato e di una strategia capace di compensare, nel lungo periodo, la perdita di fatturato proveniente dalla diminuzione di fidelizzazione.**

**d)** Modificare il modello di business ossia passare da una struttura caratterizzata da un più alto numero di collaboratori ad una struttura caratterizzata da un numero più ristretto di dipendenti (esempio: passare dal metodo classico di 2/3 istruttori di sala attrezzi, 7/8 istruttori di fitness e 2/3 segretarie a 7/8 dipendenti).

Il trainer da specialista di disciplina diventerebbe specialista di area, istruttore fitness e tecnico della fidelizzazione o accoglienza.

Quest'ultima figura consentirebbe al datore di lavoro sportivo di avere un tecnico e non un amministrativo gestionale che, come già enunciato, non rientra nella fattispecie del lavoratore sportivo come figura preposta all'accoglienza ed alla comunicazione.

Quest'ultimo modello richiederebbe una mentalità più da imprenditore che da gestore, perché l'approccio e mentalità imprenditoriali favoriscono l'adeguamento alle novità del settore la resistenza al cambiamento. ■

### Luca Bendel Iaia

CEO Di FitFit Società di Consulenza Direzionale per Centri Wellness, presidente Scuola di Management Centri Fitness e Sportivi (Ma.Ce.Fis), presidente UFAB (Associazione che ha realizzato il primo CCNL per il Fitness e per lo Sport).

[www.fitfit.it](http://www.fitfit.it)  
[luca@fitfit.it](mailto:luca@fitfit.it)



## Non c'è competizione tra salute e benessere. La nuova idea di palestra è HEALTHNESS®.

Per incrementare la propria attività le palestre hanno la necessità di evolvere ed offrire una gamma di servizi: non solo mera attività fisica ma anche servizi salute.

Upwell da più di 25 anni opera come consulente nel mondo del fitness e dispone di un'esperienza unica in Italia per assistere l'evoluzione delle palestre tradizionali verso le nuove esigenze del mercato.

Upwell, consulenza e servizi per il mondo fitness.

info@upwell.it    www.upwell.it

**upWell**  
benessere come stile di vita

# PagoDIL by Cofidis

LA CERTEZZA DI UN PARTNER DI FIDUCIA PER IL TUO BUSINESS

**ESITO IN TEMPO REALE**

**ZERO COSTI, PIÙ VENDITE**

**INCASSO IMMEDIATO E SICURO**

**SENZA BUSTA PAGA**

## La soluzione di pagamento dilazionato, veloce e sicura per il tuo centro fitness

Cofidis la componente umana e quella digitale rivestono un'importanza centrale e l'innovazione, unita alla ricerca e cura dei propri partner, gioca un ruolo cruciale. Un esempio è **PagoDIL by Cofidis**, lo strumento di dilazione di pagamento con oltre dieci anni di presenza sul mercato e che rappresenta la prima vera **rivoluzione nel mondo dei pagamenti**.

Con **PagoDIL by Cofidis** viene offerta ai partner convenzionati tutta l'**affidabilità** e l'**esperienza** di un'azienda come Cofidis, principale player nel settore del credito al consumo, presente in oltre **35mila esercizi commerciali** e che vanta più di **10mila partner convenzionati**.

**Rapidità, sicurezza e innovazione** sono queste le tre parole che sintetizzano al meglio le principali caratteristiche di PagoDIL by Cofidis, il servizio dedicato ai retailer e che offre una soluzione di pagamento per rendere il momento dell'acquisto una esperienza sempre più smart, immediata e senza complicazioni.

Con **PagoDIL**, Cofidis offre ai propri partner uno strumento per **consolidare e incrementare il proprio business**, grazie agli importanti vantaggi offerti dal servizio sia nei confronti degli esercenti che dei clienti finali. I primi, infatti, possono incassare subito l'importo e avviare la richiesta di dilazione in modo semplice, veloce e totalmente digitale grazie allo **Smart POS** fornito da Cofidis, lo strumento che permetterà all'esercente di avviare la pratica di dilazione con funzionalità touch, nessun scontrino cartaceo, una fotocamera per acquisire i documenti e differenti possibilità di pagamento. Al cliente, invece, viene data la possibilità di portare a termine i propri acquisti scegliendo una

tipologia di dilazione *tailor-made*, grazie a importi rateizzabili fino a 3.500 euro, al numero di rate desiderato e senza costi aggiuntivi. Questo, chiaramente, consente di aumentare sensibilmente il loro potere di acquisto.

**PagoDIL by Cofidis** rappresenta uno strumento vantaggioso sotto diversi punti di vista anche grazie allo Smart Pos fornito dall'azienda, che consente di facilitare ulteriormente la decisione finale di acquisto del cliente.

Lo **Smart POS** di PagoDIL offre infatti un'esperienza di acquisto unica: non solo accetta le più diffuse carte di pagamento, ma attraverso la pratica fotocamera inclusa acquisisce i documenti dei clienti scattando semplicemente una foto; infine è totalmente *digital*, caratteristica che permette di gestire tutta la transazione senza fotocopie, documenti o scontrini da conservare. Per i clienti, quindi, **accedere al servizio è facile e immediato**, bastano pochi e semplici passi: è sufficiente avere un Bancomat, un Postamat o una carta di debito abilitata, un documento di identità e la tessera sanitaria, inserire l'importo e il numero di rate e attendere la rata mensile calcolata autonomamente dallo Smart Pos.

Cofidis è fiducia in un istante, anche quando si parla di **sicurezza e trasparenza**: infatti con **PagoDIL by Cofidis** c'è un totale rispetto della privacy del cliente finale, dal momento che non vi è accesso ad alcun dato personale del conto corrente, ma viene registrato esclusivamente il codice IBAN necessario per l'addebito delle rate senza intaccarne il plafond mensile. Allo stesso modo l'esercente, per acquisire l'anagrafica del cliente, dovrà solo inserire la tessera sanitaria all'interno di Smart POS e fotografare il documento d'identità. Tutta l'operazione di acquisto e dilazione si conclude quindi in **pochi minuti** e in **semplici passaggi**.

Rispetto al 2021 il numero di esercenti che hanno deciso di attivare **PagoDIL** nella propria attività è aumentato decisamente, ed il numero di transizioni è in crescita, a riprova di come il servizio offerto sia veramente efficiente, di livello e continui a rappresentare una soluzione più che vantaggiosa per i partner convenzionati.

Ma le soluzioni di pagamento offerte di Cofidis comprendono diverse tipologie di soluzioni e di business differenti. L'azienda continua a investire nella ricerca per offrire agli utenti una **customer experience d'eccellenza** - tale da raggiungere il 97% di soddisfazione - e agevolare i propri Partner creando servizi innovativi che consentano di aumentare conversion, ticket medio e di conseguenza il fatturato. Cofidis offre soluzioni di



pagamenti dilazionati anche per le transazioni online e in completa mobilità, come **PagoDIL e-commerce**, che ha rivoluzionato l'esperienza d'acquisto per lo shopping online. Attraverso l'installazione facile e veloce di un plug-in sul sito, PagoDIL e-commerce abbatte le barriere del check-out e agevola la finalizzazione dell'acquisto riducendo l'abbandono del carrello, garantendo così l'aumento del tasso di conversione e del valore medio di acquisto.

**PagoDIL by Cofidis** rappresenta, dunque, sia nella versione fisica che in quella digitale, l'espressione della continua ricerca di innovazione che contraddistingue Cofidis e che permette all'azienda di continuare a reinventare il momento di acquisto sia nel punto vendita che online, con un modello di business veramente sostenibile nel tempo, innovativo nelle soluzioni e che si rivolge a tutte le generazioni.

La forza di Cofidis sta, dunque, proprio nella sua capacità di innovare il settore, sfidando sempre le regole del gioco e inventando prodotti pensati ad hoc per **soddisfare tutte le esigenze di Partner e Clienti**.



[www.pagodil.it/business/store](http://www.pagodil.it/business/store)

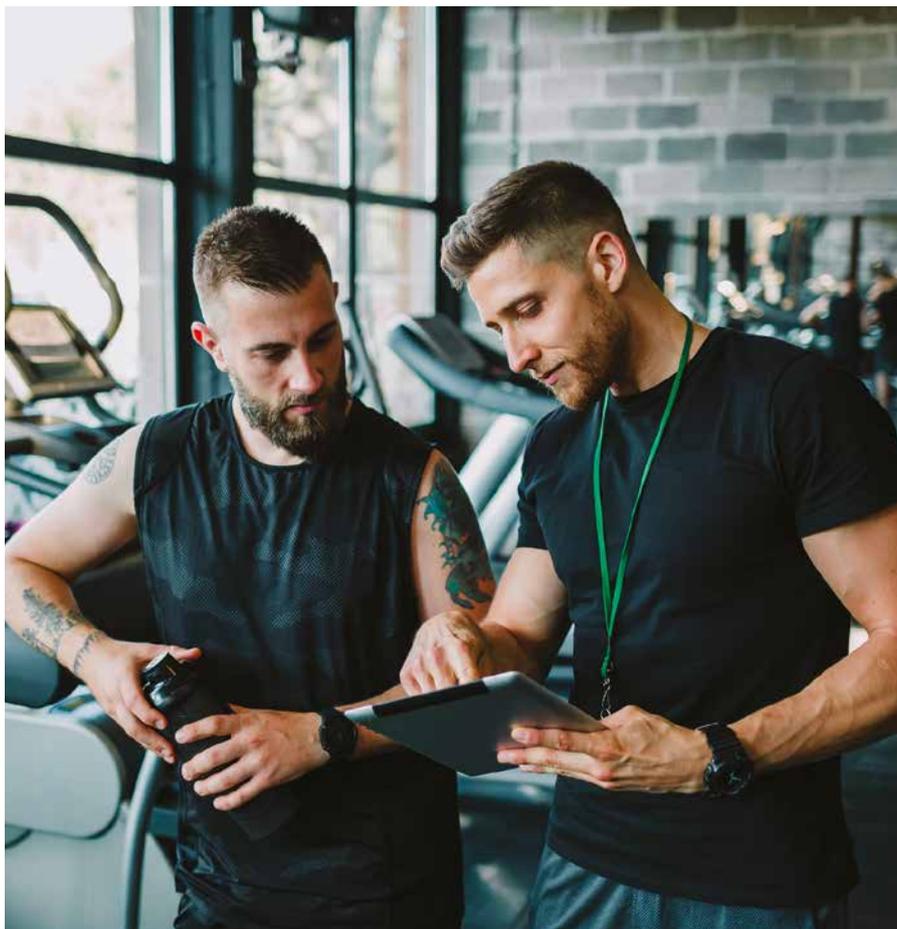
# LAVORO SPORTIVO

NUOVI INQUADRAMENTI  
LAVORATIVI PER  
I LAVORATORI  
DEL SETTORE  
CHE  
INCLUDONO  
TRATTAMENTI  
PREVIDENZIALI,  
ASSICURATIVI E TRIBUTARI



**D**a molto tempo siamo costretti ad occuparci della **Riforma del Lavoro**, iniziata con la Legge Delega di agosto 2019 ma ancora oggetto di interventi e nessuna certezza che quanto dovrebbe essere contenuto nel Decreto Correttivo di imminente pubblicazione in Gazzetta Ufficiale possa risolversi in un quadro definitivo dell'argomento. Tutt'altro, anzi con il passare dei giorni aumenta la consapevolezza che nonostante l'ampia tempistica concessa dall'ordinamento e da una serie di provvedimenti finalizzati a garantire le scadenze, purtroppo ci siano troppe situazioni che richiederanno significativi e puntuali interventi da parte del legislatore.

Ma veniamo al punto senza soffermarci sul contenuto della norma che ormai trova spazio ovunque tra webinar, seminari e commenti da parte di autorevoli professionisti del settore. L'articolo 25 anche nel testo del prossimo Decreto Correttivo al D.Lgs.36/2021 ha chiarito



che è considerato lavoratore sportivo chi esercita a fronte di un corrispettivo l'attività sportiva. Contemporaneamente, tra le pieghe del Decreto Correttivo il Legislatore ha menzionato diverse possibilità di **qualificazione del rapporto di lavoro sportivo**, ponendo solo alcuni principi come quelli previsti all'articolo 28, comma 2, dove si evidenzia che nell'area del dilettantismo, il lavoro sportivo si presume oggetto di contratto inquadrato come lavoro autonomo quando svolto per un massimo di 18 ore settimanali, escluso quello di gare e manifestazioni, e

con prestazioni coordinate sotto il profilo tecnico-sportivo in osservanza di regolamenti di F.S.N., D.S.A. e E.P.S.

Ovviamente se il rapporto è di tipo "genuino" e non apparente. Qui iniziano le prime criticità di un sistema sportivo e del fitness che ad oggi, a torto o a ragione, consente ancora la presenza di contratti o lettere di incarico per compensi ex art.67 TUIR con un plafond di esenzione fiscale fino alla soglia di euro €10.000,00.

Con l'imminente entrata in vigore del Decreto Correttivo ogni rapporto di lavoro sportivo andrà ad

essere necessariamente riqualificato perché se fin qui, a torto o a ragione, è stata applicata negli anni un'interpretazione estensiva dello spirito della norma, con il riconoscimento del lavoro sportivo nasce anche l'esigenza di attribuire ad ogni rapporto il corretto inquadramento, e il **corretto trattamento previdenziale, assicurativo e tributario**.

Tutto questo si presenta ancora in uno scenario complesso, incerto e soprattutto con le criticità di un Decreto Correttivo che al proprio interno prevede semplificazioni e aperture la cui fase applicativa è ancora farraginoso o del tutto assente, con grave pregiudizio dei propri diritti.

### **Le sentenze della Corte di Cassazione si muovono nella stessa direzione del Decreto Correttivo**

A questa situazione deve aggiungersi la complessità e una linea interpretativa consolidata da parte della Suprema Corte di Cassazione che tra la seconda metà di dicembre 2021 e inizio febbraio 2022 ha emesso ben 39 sentenze e ordinanze particolarmente gravose i cui contenuti rappresentano ormai un'inversione di tendenza rispetto ad abitudini ormai decennali e quindi sarebbe difficile, alla luce delle predette pronunce, ipotizzare ancora che chi svolge esclusivamente attività in qualità di tecnico, personal trainer, istruttore possa utilizzare una soglia di esenzione elevata fino a €10.000,00 oppure che svolga la predetta attività, anche se solo per importi esigui, in più enti sportivi o palestre. In questa sede ci limitiamo anche ad osservare che **la quasi totalità delle sentenze di cui sopra si sofferma anche sulla contribuzione previdenziale e assicurativa fino a quel momento disattesa da tutti indistintamente**. È chiaro che con uno scenario così complesso e con paradigmi di inquadramento da ridisegnare per l'intero comparto dello sport e del fitness una riforma e un Decreto Correttivo rappresentano un'inversione di tendenza e

soprattutto l'adozione di regole certe. A questo deve aggiungersi, non per minor importanza ma solo perché cronologicamente avvenuta dopo, che la Corte di Cassazione, sezione quarta, con una sentenza del 13.10.2022 e più precisamente la n.29.973/2022 ancorché non in materia di sport conferma un consolidato orientamento secondo cui è precluso il potere di qualificare un rapporto di lavoro in termini dissonanti rispetto alla sua effettiva natura e di sottrarlo così allo statuto protettivo che alla subordinazione si accompagna.

Sul punto sarebbe fin troppo semplice rafforzare il concetto perché con tre distinte sentenze, la n.121/1993, la 115/1994 e la 76/2015 è stato chiarito più volte il principio sopra enunciato. Tra l'altro proprio la sentenza n.76/2015 si sofferma sull'indisponibilità di tipo negoziale sia da parte del Legislatore, sia da parte dei contraenti individuali perché quello che ancora oggi si fa fatica a comprendere che se il rapporto ha le modalità di svolgimento della subordinazione (e nell'attuale panorama del dilettantismo, del fitness e dello sport c'è solo l'imbarazzo della scelta) non c'è compenso sportivo o co.co.co. che tenga. In altre parole diventa giocoforza il normale **rapporto di lavoro subordinato, soggetto a tutti i parametri contributivi**.

### **In attesa di regole certe, in vista di nuove gestioni operative e gestionali**

Da questa serie di riflessioni sinteticamente esposte sopra nascono le preoccupazioni su quello che attende il panorama, nel prossimo futuro, ovvero:

**1.** Il Decreto Correttivo che ha meglio delineato la Riforma dello Sport e si è soffermato molto sulla disciplina del lavoro sportivo non viene "bollinato" e quindi non pubblicato in Gazzetta Ufficiale: vuol dire che si torna indietro, ovvero all'entrata in vigore del D.lgs. 36/2021 con tutte le criticità e la gravosità previste e quindi **tutti i collaboratori sportivi** diventeranno lavorativi sportivi salvo chi potrà

essere annoverato nella categoria dei "volontari" il tutto con notevoli aggravati di oneri per tutti.

**2.** Il Decreto Correttivo, attraverso un provvedimento che rinvia ulteriormente l'entrata in vigore della riforma, posticipa le previsioni normative e la data di decorrenza presumibilmente intorno alla metà dell'anno 2023.

In tal caso, fino a tale data, tutti i sodalizi, gli sportivi, etc. continueranno ad applicare il regime attuale, ancorché pesantemente condizionato dall'interpretazione data da 37 sentenze della Corte di Cassazione sezione lavoro, oltre 2 sentenze della Corte di Cassazione sezioni unite e infine due recenti sentenze della Corte di Appello di Milano e di Roma che stanno sempre più allineando i loro orientamenti a quelli adottati dalla Corte di Cassazione.

Questo significa che fino alla data di entrata in vigore della nuova disciplina del lavoro sportivo **potrebbero aumentare a dismisura i rlievi in sede ispettiva**, riqualificando l'intero rapporto ovvero assoggettando gli emolumenti corrisposti a contribuzione con tutte le relative sanzioni e gli interessi.

**3.** Il Decreto Correttivo viene pubblicato, tenendo conto delle legittime ed opportune tutele per i lavoratori sportivi e garantendo un quadro normativo con regole certe a cui pian piano devo essere affiancate le semplificazioni enunciate nella norma ma ancora non complete di tutta la parte gestionale e operativa. La speranza è quella di avere finalmente uno scenario definito in cui sussistono regole certe e gli operatori potranno finalmente applicare gli elementi di proprio interesse senza incertezze. ■

*Roberto Selci*

Dottore Commercialista e Revisore Legale  
Collaboratore FISCOSPORT.IT e Componente  
della Rete Nazionale dei Professionisti del  
Terzo Settore e dello Sport  
[www.robortoselci.it](http://www.robortoselci.it)  
[studio@robortoselci.it](mailto:studio@robortoselci.it)



# CARO ENERGIA

## I CONTRIBUTI A FONDO PERDUTO PER IL MONDO DELLO SPORT

**LE BOLLETTE AUMENTANO (RADDOPPIANO RISPETTO ALLO STESSO PERIODO DELL'ANNO SCORSO) E LA SOPRAVVIVENZA DI MOLTE REALTÀ È A RISCHIO**

**L**'autunno e l'inverno 2022-2023 che a lungo abbiamo considerato come il banco di prova per la tenuta delle famiglie e delle realtà imprenditoriali e sociali del nostro Paese sono ormai arrivati con tutte le incognite e i timori che ben conoscevamo. Il caro energia, infatti, con aumenti delle bollette energetiche superiori al 50% rispetto allo stesso periodo dello scorso anno, pesa e peserà in

maniera profonda sui bilanci non solo delle famiglie e delle piccole e medie imprese, ma anche e forse soprattutto su quello degli Enti del Terzo Settore oggetto troppo spesso di una certa indifferenza o poca considerazione.

### **Il Decreto Aiuti ter in sostegno del mondo dello sport**

Basti pensare, infatti, a quanto accaduto (e non è stata una novità) con l'approvazione del Decreto Aiuti (il Decreto Legge 50 del 17 maggio 2022 su *"Misure urgenti in materia di politiche energetiche nazionali, produttività delle imprese e attrazione degli investimenti, nonché in materia di politiche sociali e di crisi Ucraina"*). Inizialmente, infatti, non erano previste misure per gli Enti del Terzo Settore e si è dovuto attendere solamente il Decreto Aiuti

ter (il Decreto Legge 144 del 23 settembre 2022 entrato in vigore il giorno successivo) per veder stanziati fondi per le associazioni e le società sportive dilettantistiche con un'importante quota riservata a quelle che gestiscono impianti destinati all'attività notatoria.

### **I contributi per ASD e SSD**

*"Fare fronte alla crisi economica determinatasi in ragione dell'aumento dei costi dell'energia termica ed elettrica"*. Così recita il testo del Decreto Aiuti bis e, come anticipato, il Decreto Aiuti ter agli articoli 7 e 8 prevede misure specifiche per gli enti del terzo settore e in maniera specifica per quelli dello sport. L'articolo 7, infatti, riporta *"Disposizioni urgenti in materia di sport"* prevedendo che i 50 milioni di euro stanziati siano erogati per il 2022 come contributo

a fondo perduto per “*associazioni e società sportive dilettantistiche, per le discipline sportive, per gli enti di promozione sportiva e per le federazioni sportive, anche nel settore paralimpico, che gestiscono impianti sportivi e piscine*”. Viene quindi previsto lo stanziamento di un apposito Fondo di 50 milioni di euro di dotazione per erogare agli enti iscritti al RUNTS, il Registro Unico Nazionale del Terzo Settore, alle associazioni di promozione sociale, alle organizzazioni di volontariato e alle Onlus un contributo straordinario per rispondere al caro energia. Tale contributo straordinario sarà erogato in relazione alla componente energia e del gas naturale acquistata calcolati in proporzione ai costi che gli enti richiedenti hanno sostenuto nel 2021.

L'articolo 8, invece, prevede “*Disposizioni urgenti in favore degli enti del terzo settore*” e dispone lo stanziamento di un Fondo di 50 milioni di euro di dotazione per gli Enti del Terzo Settore (e quelli religiosi civilmente riconosciuti) che gestiscono “*servizi sociosanitari e sociali svolti in regime residenziale, semiresidenziale rivolti a persone con disabilità*”.

### In attesa del decreto attuativo

Quanto disposto dovrà trovare applicazione e modalità operative in

un apposito Decreto del Presidente del Consiglio dei Ministri da emanare entro 30 giorni dall'entrata in vigore del Decreto Aiuti ter. Complice il cambio di governo e le lungaggini burocratiche che spesso hanno interessato questi provvedimenti non è da escludere uno slittamento.

Il decreto, che dovrà essere emanato congiuntamente con il Dipartimento per lo Sport della Presidenza del Consiglio dei Ministri, dovrà definire nel dettaglio quali sono i requisiti che ASD, SSD ed Enti del Terzo Settore dovranno avere per richiedere l'accesso al contributo a fondo perduto, le modalità di presentazione della richiesta, i termini di scadenza, le modalità di erogazione del contributo e, ancora, i controlli previsti.

### I contributi a fondo perduto saranno sufficienti?

La domanda è lecita e più che generare allarmismo è orientata ad affrontare con consapevolezza un problema enorme, non solo dal punto di vista economico. Sono diverse le denunce e gli allarmi lanciati dai vari organi competenti segnalando come sono a rischio migliaia di strutture, piscine, campi, palazzetti e luoghi nei quali lo sport non è solamente un elemento economico, ma anche e soprattutto una componente sociale ed educativa di straordinaria importanza.

Non va dimenticato che il mondo

dello sport viene un periodo in cui ha pagato un prezzo enorme per le misure restrittive prese contro l'emergenza Covid-19. Palestre e centri sportivi, infatti, sono stati i primi a chiudere e gli ultimi a riaprire e ora che sembrava potersi paventare una sorta di ripresa la mazzata del caro energia rischia di essere definitiva e impedire a tutte queste realtà di continuare il loro lavoro.

Lavoro che incide su più dell'1% del PIL e che dà impiego a oltre quattrocentomila dipendenti (secondo uno studio recente dell'Istituto di Credito Sportivo). Non sostenere queste realtà, oltre al danno all'economia nazionale, significa togliere un fondamentale e strategico apporto sociale radicato in maniera capillare sul territorio.

Il ruolo degli enti del Terzo Settore e in modo particolare di quelli dello sport, infatti, è anche quello di coinvolgere le nuove generazioni dando loro un ambiente sano nel quale crescere e ritrovarsi, togliendoli dalla strada e da una sedentarietà domestica che rovinerebbe non solo il presente, ma anche il loro futuro. Supportare il mondo dello sport è investire sulla stabilità e sul futuro del Paese specialmente in un periodo di crisi nel quale il rischio di conseguenze negative è elevatissimo.

Anche per questo ASD, SSD ed Enti del Terzo Settore necessitano di un supporto costante e adeguato. Lo **Studio Co.De. Accounting di Roma** (Circ.ne Clodia 88 – 00195 Roma tel 06.39722933) è una realtà specializzata nella gestione economica, fiscale e finanziaria degli enti sportivi; un partner qualificato cui affidarsi per affrontare e superare anche le fasi più critiche e delicate. ■

### Daniele Di Geronimo

Giornalista pubblicitario e Copywriter per passione e professione. Laureato in Lettere Moderne collaboro con lo Studio Co.De Accounting di Roma per la redazione di contenuti editoriali per il web con particolare attenzione verso il settore dello sport, degli enti sportivi dilettantistici e delle varie tematiche fiscali e normative che li regolamentano



# IL BUSINESS PLAN

## UNO STRUMENTO ORMAI OBBLIGATORIO?



LE PALESTRE  
DOVRANNO  
ENTRARE  
NELL'OTTICA

CHE IL BUSINESS  
PLANNING DIVENTERÀ  
UN VERO E PROPRIO  
STRUMENTO DI  
SOPRAVVIVENZA

**S**esso, parlando di palestre, ci si concentra sugli aspetti tecnici del lavoro: chi apre un'attività di questo genere, normalmente, è un grande esperto, appassionato e praticante

delle discipline che si propone di insegnare.

In questo, i titolari di palestre non differiscono dalla media dei piccoli imprenditori italiani, normalmente bravissimi a svolgere, materialmente, l'attività attorno a cui la loro azienda è nata, e magari un po' meno bravi nell'occuparsi della gestione d'impresa.

Un conto è, infatti, aprire un'attività, mentre tutt'altra faccenda è gestirla, ovvero esserne il *manager*: si tratta di uno **specifico mestiere**, per cui occorrono competenze altrettanto specialistiche.

Parliamo, ad esempio, di strategia, marketing, controllo di gestione, organizzazione, finanza e business planning, ovvero di tutte quelle importantissime funzioni che, spesso, vengono relegate ai ritagli

di tempo, se non addirittura improvvisate, nelle aziende di più piccole dimensioni.

### Qui ci vuole un piano, un business plan

Concentriamoci, oggi, sull'ultimo elemento dell'elenco poc'anzi stilato, ovvero il *Business Plan*.

Da diverso tempo ormai, nell'ambito della mia attività divulgativa, predico a suo favore, come fondamentale strumento di autoconsapevolezza imprenditoriale (in *primis*) e, poi, come essenziale arma per farsi strada nella giungla dell'efficace gestione aziendale.

Oggi, mi trovo a scrivere un articolo che narra di come il *Business Plan*, in certe circostanze, sia divenuto uno **strumento praticamente obbligatorio**.

Facciamo un passo indietro: il

*Business Planning* è, come noto, un'attività imprescindibile in tutti quei casi in cui dobbiamo dimostrare a qualcuno quali sono i nostri progetti futuri, gli obiettivi a cui tendiamo e le strategie che perseguiremo. Fra questi qualcuno ci possono essere nuovi potenziali soci, enti che erogano finanza agevolata e, ovviamente, le banche e le società finanziarie.

Nel corso degli ultimi anni, abbiamo visto una crescente attenzione nei confronti del business plan; un tempo, infatti, le banche erano solite richiederlo a fronte di operazioni importanti, mentre col passare degli anni è stato sempre più usuale vederselo domandare anche per richieste più contenute, e relative alla gestione ordinaria.

### Le nostre prospettive acquisiscono valore

Recentemente, ha cominciato a diffondersi una notizia che, di fatto, renderà il business plan uno strumento praticamente obbligatorio. Sono diventate operative, infatti, le linee guida dell'*Autorità Bancaria Europea (EBA)*, chiamate "*Guidelines on loan origination and monitoring*", risalenti a luglio 2021 ma effettivamente attive da luglio 2022.

Una delle principali novità è questa: le banche, per confermare i finanziamenti già in essere alle imprese, i cosiddetti "*fidi validi fino a revoca*" (scoperti di conto, anticipi fatture, anticipi fornitori), avranno bisogno del business plan. Questo in quanto, per concedere o confermare il credito, non sarà più sufficiente analizzare il passato aziendale tramite i documenti ufficiali (bilancio, centrale rischi ecc.), ma diverrà imprescindibile il fatto di **valutare le prospettive**, intrecciando dunque le strategie aziendali (evincibili, appunto, dal *Business Plan*) con le analisi e le proiezioni di mercato a disposizione dei tecnici.

Si tratta, in definitiva, di una vera e propria **rivoluzione**: in primis, in quanto il business plan diventa, di fatto, uno strumento obbligatorio per tutte quelle realtà aziendali che operano con le banche, utilizzando linee di fido. Inoltre, perché viene (finalmente) superata la logica del **rating** che, come noto, rappresenta una sorta di voto dato all'impresa sulla base dei propri **dati storici** che, per definizione, sono sempre vecchi e riguardano, dunque, il passato. Tali evidenze verranno, certamente, sempre prese in considerazione, ma dovranno essere in qualche modo ponderate

con le prospettive rese evidenti col *Business Plan*.

### Dialogo e cooperazione per un buon Business Plan

Non sappiamo ancora con quale velocità, tali direttive inizieranno davvero ad impattare sull'operatività quotidiana di banche e imprese, ma una cosa è certa: **la direzione è ormai tracciata**. Tutte le aziende, di ogni ordine e grado, dovranno entrare nell'ottica di idee che l'attività di *Business Planning* non sarà più un lusso che possono concedersi i più organizzati e lungimiranti, ma arriverà a diventare un vero e proprio strumento di sopravvivenza, senza cui, cioè, sarà davvero difficile portare avanti le attività d'impresa.

Ovviamente, non si può pretendere che ogni imprenditore diventi capace di realizzare, in totale autonomia, un efficace *Business Plan*: i consulenti servono anche per questo. Per esperienza però, posso dire che non si tratta nemmeno di uno strumento che possa essere totalmente delegato: i migliori, nella mia esperienza, sono sempre scaturiti da un approfondito dialogo con **imprenditori attenti e interessati**, capaci di mettersi in gioco e in discussione, volentieri di capire meglio i numeri delle proprie imprese.

Il mio invito a tutti i conduttori d'azienda e, dunque, ai titolari di palestre, è quello di interessarsi sempre più alle varie funzioni manageriali che abbiamo elencato all'inizio di questo articolo: in parte, potranno scegliere di delegarle, certo, ma mai completamente. Per essere davvero i manager della propria impresa, insomma, ovvero per averne le redini ben salde fra le proprie mani, occorrono impegno, costanza e determinazione. ■

**Marco Massari**

Consulente aziendale e divulgatore di argomenti connessi all'imprenditoria e a sostegno dello sviluppo del business. Autore del libro "L'impresa di essere imprenditori".

[www.marcomassari.eu](http://www.marcomassari.eu)



# MARKETING E TECNICHE DI VENDITA PER AUMENTARE GLI ISCRITTI DELLA TUA PALESTRA



COSA SI  
NASCONDE  
REALMENTE  
DIETRO LE  
OBIEZIONI

DEI CLIENTI... E COME  
SUPERARLE.

TECNICHE DI VENDITA  
E MARKETING COME  
MIXARLE AL MEGLIO



scrivere una percentuale considerevole delle persone che, spontaneamente o attratte dal marketing, entrano a chiedere informazioni in una palestra, dovrebbe essere uno dei principali obiettivi da perseguire per un centro fitness.

Purtroppo nella realtà questo obiettivo è tutt'altro che facile da raggiungere. Ogni giorno infatti, chi si occupa di accoglienza e vendita in una palestra, inevitabilmente si troverà ad affrontare le più disparate e a volte fantasiose obiezioni dei potenziali clienti che vengono utilizzate per non acquistare.

Ecco quindi che risulta di fondamentale importanza conoscere quali sono le reali motivazioni che stanno dietro ad un mancato acquisto e quali sono le specifiche

tecniche da applicare per prevenire e superare con successo le possibili obiezioni.

## Due possibili macro categorie da riconoscere

Quali sono quindi i veri motivi per cui un'alta percentuale di persone che entra a chiedere informazioni per una possibile iscrizione, alla fine non compra? Cosa si nasconde realmente dietro un "ci penso", "inizio il mese prossimo", "mi devo prima organizzare" o simili argomentazioni?

Le reali motivazioni sono fondamentalmente 2:

- 1) **mancanza di motivazione**
- 2) **mancanza di informazioni**

Semplificando, possiamo suddividere i potenziali clienti

che visitano una palestra per chiedere informazioni in due macro categorie.

Gli "indecisi" e i "fissati".

## La motivazione che risolve la situazione

Gli *indecisi* sono persone che non hanno mai frequentato una palestra o lo hanno fatto parecchio tempo addietro e magari hanno avuto brutte esperienze in passato. Sono persone che non conoscono molto del mondo delle palestre, non sono avvezze a frequentare un fitness club, non hanno chiari gli obiettivi da raggiungere o non sentono una forte esigenza da soddisfare attraverso l'allenamento. Ciò che frena queste persone dallo scambiare il proprio tempo e il proprio denaro con un abbonamento

in palestra e un programma di allenamento è la **mancanza di motivazione**.

Senza un'adeguata motivazione che spinge queste persone ad agire e ad agire subito, esse continueranno a rimandare la scelta di cominciare la palestra oppure acquisteranno altre soluzioni che ritengono più comode per risolvere le loro esigenze.

Non sono quindi il prezzo, le formule di abbonamento, la vicinanza, gli orari o la varietà delle attività e servizi proposti a non farli acquistare. È proprio la mancanza di motivazione.

Ecco perché prima ancora di presentare orari, programmi, attività, prezzi o promozioni è necessario assicurarsi che la persona che si ha davanti sia ben decisa ad iniziare un percorso di cambiamento.

Per motivare queste persone, bisogna **capire attraverso delle domande**, quali problematiche il cliente vuole risolvere attraverso l'attività in palestra. Siano esse estetiche o legate alla salute o meglio ancora se riguardano entrambi gli aspetti.

L'obiettivo è quello di motivarle ad agire e a farlo subito facendogli percepire come estremamente dolorosa, fastidiosa, scomoda la loro situazione attuale, estetica o di salute.

Ecco un esempio di domande da

fare ad una persona che vorrebbe dimagrire:

*“quanti chili ti piacerebbe perdere?”; “quanto sei distante dal tuo peso forma o dall'ultima volta in cui ti sentivi in perfetta forma?”; “dove te li vedi questi chili in più?”; “da 1 a 10 quanto sei soddisfatto del tuo aspetto estetico”.*

E ancora: *“cosa stai facendo attualmente per dimagrire?”; “cosa pensi possa succedere tra 1 o 2 anni se non fai qualcosa di efficace per ottenere i risultati che desideri?”*

Quanto più infatti la persona si renderà conto che la sua situazione attuale non è quella desiderata e che questa situazione andrà a peggiorare nel tempo se non trova una soluzione efficace, tanto più la persona sarà motivata e incentivata a trovare una soluzione. Che guarda caso i servizi di una palestra potranno dargli.

Solo dopo aver motivato la persona ad iniziare, si presenterà quel mix di attività e programmi di allenamento in grado di fargli ottenere i risultati desiderati e il relativo investimento da fare.

### **La chiarezza e la competenza che conquista**

La seconda categoria di persone sono i *fissati*, gente già estremamente motivata e consapevole che la soluzione ideale

alle loro esigenze è la palestra, e/o gente che è abituata ad acquistare fitness o che si sta già allenando ma che sta valutando di cambiare palestra.

Queste persone non hanno bisogno di motivazione per acquistare, quindi non comprano esclusivamente per la **mancanza delle giuste informazioni**.

Bisogna tenere presente il fatto che i potenziali clienti confrontano sempre ciò che viene proposto loro con le alternative della concorrenza, e se non hanno le idee chiare non comprano.

Come fare quindi per evitare che una volta raccolte le informazioni sul programma dei corsi, gli orari di apertura, il listino e i vari servizi proposti, queste persone vadano via senza aver acquistato e paragonino l'offerta della vostra palestra con quella dei competitor rischiando di scegliere solo in base al prezzo?

Per avere successo in questi casi, il reparto commerciale di una palestra deve avere ben chiaro quali sono le **caratteristiche specifiche e distintive del proprio centro** rispetto ai competitor, chi è il target di clientela che meglio viene servito e perché.

Avendo chiare queste informazioni, attraverso le opportune domande, bisognerà dimostrare al cliente che ha bisogno di una caratteristica specifica del vostro servizio e fargli dire che per lui è fondamentale.

Facendo ammettere al cliente che quella o quelle caratteristiche che mancano alla concorrenza sono fondamentali per lui, l'eventuale risparmio o promo della concorrenza passeranno in secondo piano.

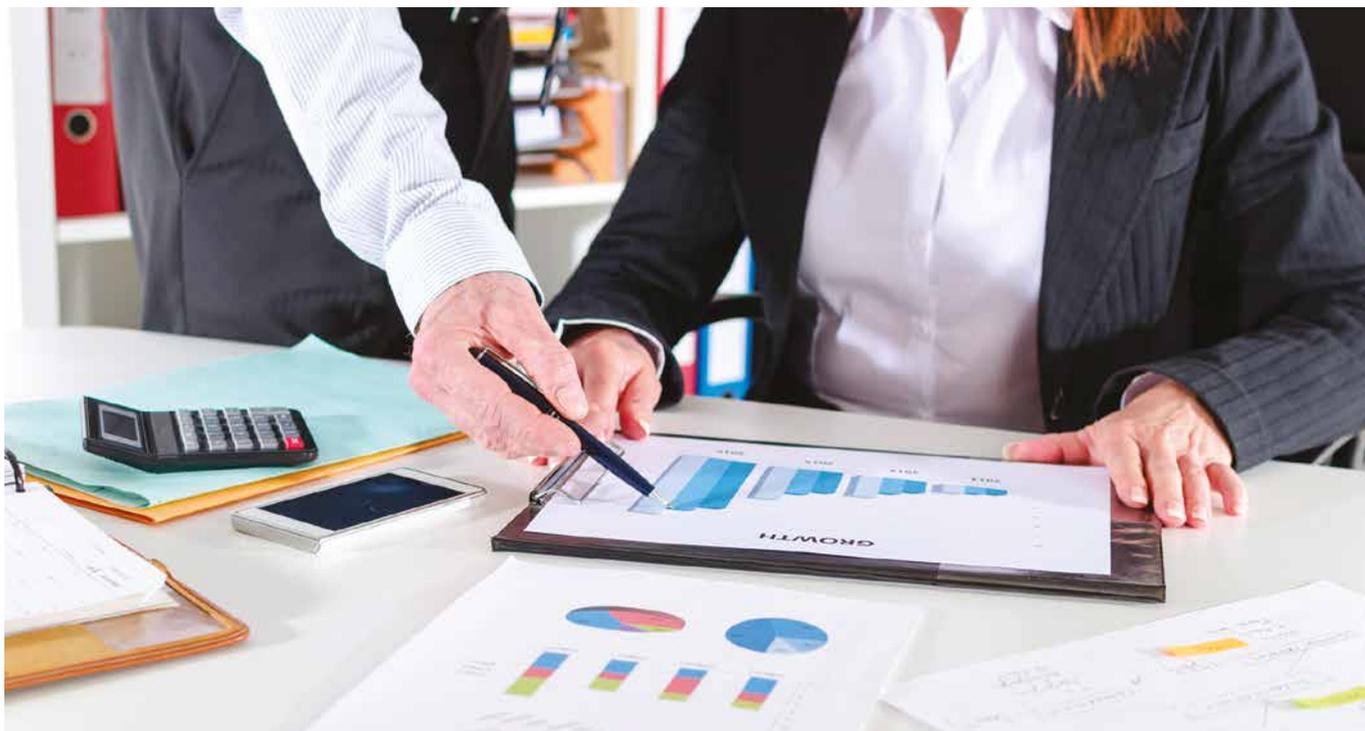
Il giusto mix tra marketing e tecniche di vendita è quindi il modo migliore per aumentare le iscrizioni di potenziali clienti *fissati* che visitano il vostro centro. ■

### *Marco Ascenzo*

Formatore e responsabile marketing e vendite delle palestre Vitality, ideatore di "Fitness Different" ha scritto i libri "I segreti del marketing on line per mettere il turbo agli incassi della tua palestra" e "Da domani cambio palestra!" [www.fitnessdifferent.it](http://www.fitnessdifferent.it)



# I NUMERI DEL FITNESS IN ITALIA



INCONTRIAMO  
PAOLO  
MENCONI,  
PRESIDENTE  
DI IFO

INTERNATIONAL FITNESS  
OBSERVATORY CHE, CON  
IL SUPPORTO DI TEAM  
SYSTEM, HA CONDOTTO  
IN ITALIA UN'IMPORTANTE  
RICERCA DI MERCATO  
NEL SETTORE FITNESS

**Buongiorno Paolo. Tutti ti chiamano l'Uomo dei Numeri: parlaci di questa importante ricerca di mercato che hai coordinato e che aiuta a scoprire i reali numeri del Fitness in Italia.**

Dopo il terribile contraccolpo inflitto dal Covid al settore, era importante fotografare la situazione dei club per affrontare meglio il futuro. Certamente, il fitness è un settore entrato in una fase nuova, con i club che fanno i conti con quello che è successo durante il lockdown. Chi è riuscito a superare la grande crisi si trova di fronte ad una concorrenza molto agguerrita ma, nello stesso tempo, per chi lavorerà con le giuste competenze, si sono creati grandi spazi di sviluppo. In questo scenario, dato che il settore fitness si adopera per migliorare il benessere psicofisico

delle persone, l'obiettivo di IFO è di monitorarne costantemente il piano di crescita apportando così, un pratico e concreto contributo. Un questionario raccoglie informazioni per comprendere meglio i clienti.

Ma veniamo a questa importante ricerca di IFO, studiata per conoscere la reale situazione del fitness nel nostro Paese. **Abbiamo realizzato un ampio questionario, con 35 domande, che è stato inviato a migliaia di club in tutta Italia.**

Devo dire che, considerando il tempo impiegato per compilare il format (circa una decina di minuti), siamo riusciti ad ottenere quasi 400 risposte complete.

Fare domande con un questionario ben strutturato, consente di raccogliere un numero incredibile di informazioni importanti. È uno strumento prezioso che svela i desideri, le abitudini, le aspettative

degli intervistati e, quando viene rivolto ai clienti della propria azienda, può contribuire anche ad aumentare le fidelizzazioni e a ridurre gli abbandoni. Un dato «strano» emerso in un'altra ricerca da noi condotta tempo fa sui club, è che oltre la metà degli intervistati, il 56,76%, non realizzava questionari per comprendere la soddisfazione dei loro clienti. In ogni caso, entriamo nel merito di quest'ultima ricerca.

### Il COVID-19 ha lasciato un segno, ma siamo in recupero

In un quadro italiano post Covid, in cui dominano i club di piccole dimensioni con meno di 300 clienti (53%) e in cui il 20% ne ha tra i 300 e i 500, il 14% dai 500 sino a 1000 e solo il 14% circa ne ha più di 1000, abbiamo analizzato le perdite, sia di iscritti che di incassi. Nonostante si sia, attualmente, in **una fase di primo recupero**, oltre il 40% degli intervistati aveva dichiarato di aver perso dal 30% al 50% dei propri iscritti, e il 30% anche oltre il 50%. Il calo degli incassi rispecchia la stessa situazione con solo un 25% che dichiara di aver perso meno del 30% degli incassi e il restante 70% conferma di aver perso oltre il 30% delle entrate.

### I software gestionali possono senz'altro aiutare

Per quello che riguarda la qualità del servizio offerto ai propri clienti, un dato interessante è quello relativo ai software gestionali: **oltre il 66% degli intervistati ritiene che la buona qualità del software contribuisca ad aumentare la capacità di erogare un servizio di qualità**. Solo il 14% ritiene che questo non sia correlato al software e il 19% ritiene che sia poco collegato. Infine, oltre il 72% ritiene che l'aggregazione dei dati nel CRM possa contribuire ad incrementare i risultati economici del club.

E, in relazione a questo argomento, si parla spesso di formazione degli staff, ma, i dati emersi dicono che il 63% dei club dichiara di non fare formazione ai propri staff sull'uso dei software, il 28% ogni tanto, il 7,7% lo fa abbastanza spesso e solo l'1% molto spesso.

All'interno del questionario, una sezione era dedicata al futuro. In generale, considerando l'accelerazione digitale che il Covid ha messo in moto, il 78% degli intervistati ritiene che l'importanza dei sistemi digitali sarà confermata anche in una situazione di nuova normalità, mentre solo il 22% ritiene che si tenderà invece a tornare indietro.

Per il 62% il rapporto tra i club e i loro clienti sarà più digitale di prima.

Il 39% pensa che alcuni corsi potranno continuare ad essere erogati on line, anche se oltre il 90% ritiene che un istruttore non possa essere completamente sostituito da un trainer «virtuale». Il 93% degli intervistati ritiene, inoltre, che le promozioni e le pubblicità potranno essere veicolate attraverso le app dei club.

### Il Fitness on-line è un'opportunità?

Parlando del fitness on-line, il 50% non lo considera una minaccia, mentre il 33% degli intervistati lo considera tale. Avevamo posto le stesse domande un anno prima e abbiamo visto che nel 2020 il fitness on line era considerato una minaccia solo dal 19,3%, con un importante incremento di questo timore che passa dal 19% al 32%. Nel 2020 era visto come un competitor dal 43%, mentre nel 2021 il dato era salito sino a quasi il 55%.

Abbiamo anche chiesto se il fitness on-line poteva essere visto come una opportunità: nel 2020, il 58% dei club lo considerava tale mentre, col passare del tempo, il dato era sceso al 37%.

Alla domanda se lo riteneva un altro modo per poter offrire un servizio aggiuntivo, la risposta è stata che nel 2020 oltre il 71% lo riteneva una possibilità, mentre alla fine del 2021 il dato era sceso al 56%. Come potete vedere, i dati ci dicono che il fitness in Italia sta vivendo **una fase di grande evoluzione** e, per essere vincenti in un futuro sempre più competitivo, un club e una palestra dovranno guardare con molta attenzione all'offerta sportiva ma, con altrettanta attenzione, anche all'ottimizzazione della gestione aziendale, con uno staff di professionisti dello sport, del marketing e di analisi dei numeri. ■



**Paolo Menconi**

"L'uomo dei numeri" e Presidente di IFO International Fitness Observatory  
[info@ifo.academy](mailto:info@ifo.academy)  
[www.ifo.academy](http://www.ifo.academy)

# CALCOLIAMO LE NOSTRE PERFORMANCE

## PER RAGGIUNGERE GLI OBIETTIVI



**INDICATORI  
MISURABILI E  
TRACCIABILI CI  
FORNISCONO  
ROTTE SICURE**

Il fatturato prodotto da un consulente è il risultato di una serie di azioni che devono essere monitorate quotidianamente per capire se produce i risultati attesi e necessari per raggiungere gli obiettivi economici aziendali.

Queste azioni sono misurabili e sintetizzabili in indici chiamati **KPI (key performance indicators), indicatori di performance chiave** cioè quelli più importanti.

L'attività quotidiana di chi si occupa dell'accoglienza e la vendita (il consulente) all'interno di un centro fitness di qualsiasi dimensione, si divide in due parti.

### L'operatività al telefono e le trattative fatte personalmente

Il lavoro al telefono è ancora oggi importante anche se lo sviluppo della tecnologia e dei software gestionali possono automatizzare una serie di azioni ben definite riducendo molto l'uso del telefono, soprattutto in uscita.

**Le telefonate finalizzate alla vendita**, sono di diversa tipologia:

- **telefonate a Referral**, per invitare persone, segnalate da clienti, ad usufruire di un qualsiasi tipo di invito;
- **telefonate ad ex clienti** che potrebbero essere interessati a riprendere l'attività interrotta;



- **telefonate a Miss**, persone che sono venute a chiedere informazioni ma non si sono iscritte subito;
- **telefonate a Lead caldi**, persone che hanno richiesto informazioni tramite telefono o web: sito, Facebook, landing page ecc.;
- **telefonate di Rinnovo**, a clienti che sono vicini alla scadenza dell'abbonamento;
- **telefonate di Up Selling** per proporre un'estensione di durata all'abbonamento;
- **telefonate di Cross Selling** per proporre l'aggiunta di altri servizi come piscina, benessere, personal, nutrizione e prodotti.

**Alle telefonate di vendita si devono aggiungere quelle per l'assistenza:**

- **telefonate ai non frequentanti**, clienti che non hanno effettuato almeno 1 ingresso negli ultimi 10 giorni;
- **le telefonate amministrative** per perfezionare la documentazione legata all'iscrizione (documenti, certificato medico, scadenza rate, ecc.);

- **le telefonate di Customer Care** durante il percorso del cliente per monitorare costantemente la sua piena soddisfazione.

L'attività dedicata all'assistenza contribuisce in modo determinante alla fidelizzazione e quindi a sviluppare il fatturato aziendale a media lunga scadenza. Per questo deve far parte dell'operatività giornaliera del consulente. Tutta l'operatività del consulente deve essere monitorata numericamente per poter valutare l'efficacia del lavoro svolto. È solo attraverso la raccolta e l'analisi dei dati di produttività che si possono individuare i punti di forza e le aree di miglioramento delle nostre risorse, in questo caso commerciali.

La produttività telefonica deve essere valutata sia dal punto di vista quantitativo che qualitativo e quindi si devono conoscere:

- **il numero di telefonate fatte di ciascuna tipologia (15/gg);**
- **quanti appuntamenti sono stati presi (30%);**

- **quanti appuntamenti si sono trasformati in effettive trattative (80%).**

Ciascun KPI relativo alle telefonate deve avere anche un suo Benchmark di riferimento (numero indicato tra parentesi) da tenere in considerazione per valutare anche il miglioramento nel tempo.

## I numeri a cui fare attenzione

Per quanto riguarda le trattative finalizzate alla vendita ci sono altri KPI fondamentali da monitorare:

- 1. la % di iscritti nella prima accoglienza** (in gergo “prima battuta”): indica la capacità di vendita del consulente. Una buona percentuale deve essere superiore al 65%;
- 2. la % di iscritti dopo aver già fatto una prima accoglienza** (in gergo “seconda battuta”). Difficilmente questa percentuale supera il 20%;
- 3. la media contratto (MC):** indica il valore medio di ciascun contratto fatto. È un indice semplice e utile anche per capire anche se la strategia di listino adottata è quella giusta per raggiungere più facilmente gli obiettivi desiderati. La MC è un indice di efficienza mentre la percentuale di iscrizione è un indice di efficacia;
- 4. il numero di referral acquisiti:** sono le segnalazioni da parte dei clienti attivi. È l’indicatore più importante per misurare la capacità del consulente di generare autonomamente nuovi contratti (autoproduzione) indipendentemente dai tour spontanei (che dipendono dalla reputazione e dalle attività di marketing);
- 5. analisi delle vendite:** è un’analisi che scende ancora più in profondità della MC, per capire quali formule di abbonamento sono più facilmente vendute e/o apprezzate dalla clientela.

Ovviamente tutti i KPI sono determinati sia dalla capacità e dalla competenza relazionale e tecnica del consulente e dall’efficacia delle

strategie di marketing, commerciali e tecniche adottate effettivamente e non solo scritte nella mente del titolare.

**Il controllo di gestione deve partire dalla convinzione che non è possibile migliorare e anche analizzare oggettivamente tutto quello che non si misura.**

È fondamentale riuscire ad associare un numero o una percentuale a tutto o quasi, quello che succede in azienda sia in presenza di risultati positivi e non.

## Traduciamo i dati in azioni

Tutti questi dati, raccolti ogni giorno, settimana dopo settimana, mese dopo mese, e registrati all’interno di un gestionale o di un sistema di business intelligence costruito con l’aiuto di un consulente che sappia come organizzare al meglio le informazioni, vanno a popolare una dashboard direzionale, un pannello di controllo attraverso il quale l’imprenditore avrà un quadro molto più chiaro di come stanno andando le cose, in modo oggettivo.

Quando svolgo attività di consulenza aziendale e domando: “*Come sta andando economicamente?*”. Se la risposta del titolare è del tipo “*Benino, meglio, peggio, insomma ecc...*” è possibile che non ci sia una rigorosa cultura di controllo di gestione e piena consapevolezza dell’andamento reale. Se la risposta fosse: “*Rispetto allo scorso anno stiamo facendo un 10% in più anche se rispetto agli obiettivi che ci siamo dati un 5% in meno e stiamo verificando che abbiamo una percentuale di conclusione del 50%, molto inferiore rispetto al 65% desiderato*”.

Solo a titolo di esempio numerico: su 500 trattative in un anno perdere il 15% di chiusure significa avere 75 contratti in meno che, ad una MC di €300 sono €22.500. A chi non piacerebbe avere questa cifra in più sul proprio conto corrente a parità di lavoro?

Avere risorse dedicate a svolgere l’operatività commerciale, procedure ben definite, e strumenti utilizzati correttamente anche per monitorare costantemente gli andamenti,

significa avere ben presente il processo: **chi, fa cosa, come ed entro quando.**

Per attribuire in modo corretto un obiettivo commerciale, la procedura da seguire è la seguente:

- 1. calcolare il numero di abbonamenti prossimi alla scadenza;**
- 2. preventivare il numero di visite spontanee** che ci si aspetta di avere nel periodo di riferimento (mese/anno);
- 3. preventivare il numero di integrazioni previste** (*up selling e cross selling*);
- 4. calcolare e quantificare nel dettaglio l’autoproduzione.**

Grazie a queste analisi e di KPI è possibile quantificare il fatturato che è necessario generare dall’attività di autoproduzione e verificare che sia raggiungibile ed allo stesso tempo sufficientemente sfidante.

A questo punto, grazie all’utilizzo dei KPI di ogni singolo consulente, è possibile andare a quantificare nel dettaglio l’attività necessaria in termini di:

- **contratti da fare** (fatturato/MC);
- **trattative da fare** (n° contratti/ % conclusione);
- **appuntamenti da prendere** (n° trattative/ % di rispetto appuntamenti);
- **contatti telefonici da fare** (n° appuntamenti necessari/ % di appuntamenti presi).

Tutti questi calcoli e passaggi dipendono dalla conoscenza molto precisa dei dati storici aziendali e dei KPI di ciascun consulente.

Solo conoscendo questi valori è possibile perseguire l’obiettivo economico mensile con un approccio professionale, non improvvisato e senza lasciare nulla (o pochissimo) al caso ed agli eventi, positivi o negativi che siano. ■

## Patrizio Viani

Consulente aziendale con oltre 25 anni di esperienza nel settore del fitness. Cofondatore della Business Unit Strategy4Fitness by AKSILIA Srl (consulenza fiscale e gestionale per centri fitness) autore di “Tutti i numeri del Fitness”.  
[p.viani@aksilia.com](mailto:p.viani@aksilia.com)

# REFERRAL MARKETING

AUMENTARE LE VENDITE CON IL PASSAPAROLA



**UNO  
STRUMENTO  
POTENTE E  
IMPORTANTE**

**DELLA STRATEGIA  
DI MARKETING PER OGNI  
PALESTRA**

Il Referral Marketing è ormai riconosciuto come uno dei sistemi di marketing più valido in termini di vendite e conversioni.

In breve, nel Referral Marketing, i Servizi (e i Prodotti) si vendono perché consigliati da qualcuno. Perché funziona?

Le persone tengono in grande considerazione l'opinione degli

altri (che siano parenti, amici, *influencer* o altre celebrità), purché siano persone che godono di buona credibilità. È naturale chiedere consiglio a chi ha già acquistato, così come, da *consumer*, far conoscere e condividere le nostre esperienze. Solo che, dopo un'attenta riflessione, la domanda nasce spontanea: *"Come mai quello che funziona in tutti i settori (dal trasporto aereo al sistema bancario, passando per gli e-commerce), nel nostro settore fa fatica ed incontra innumerevoli resistenze?"*

## I 7 "problemi" capitali

**1. Posizionamento:** la maggior parte dei titolari di club fa un'estrema fatica a descrivere cosa

fa, perché lo fa, e quali problemi risolve alle persone. L'errore più grande che si può commettere è quello di voler fare e proporre il tutto per tutti a prezzi abbordabili. Si è nella più totale mediocrità! È necessario che il club, per essere riconosciuto dal mercato come specializzato, debba fare una precisa scelta: definire in modo molto preciso in quale posizione del mercato vuole stare.

**2. Cattiva comunicazione:** il secondo problema che si incontra spesso è la difficoltà a comunicare in cosa si è bravi, quali risultati si stanno ottenendo, qual è la proposta unica di valore altamente differenziante che in quel momento viene offerta al mercato per risolvere un problema ad un

determinato target di persone.

**3. Non si avverte il bisogno di chiedere:** la percezione, ma soprattutto la consapevolezza che qualcuno ha parlato bene del club, crea la convinzione che tutti i clienti ne parlino bene e dei servizi offerti, quindi non si crea quella necessità di chiedere ulteriormente segnalazioni in quanto, anche se già indirettamente si ottengono.

**4. Non si ha un sistema strutturato:** altro punto da tenere in considerazione è la mancanza di una strategia ben strutturata, programmata e sistematica che genera un processo costante di generazione *referral*.

**5. Si è ostaggio di credenze limitanti:** paradossalmente i titolari dei club, insieme ai propri collaboratori, pensano (e sono convinti) che chiedere referenze ai propri clienti durante la loro permanenza nella struttura crei una condizione negativa, in cui si sente di invadere lo spazio personale, in altre parole si arreca disturbo.

**6. Paura di mendicare:** spesso ci capita di assistere a situazioni paradossali, in cui il management stesso tende a frenare e a chiudere questo canale, si pensa di chiedere l'elemosina ai propri clienti, perché non si è in grado di sostenere l'azienda con le proprie forze.

**7. Mancanza di consapevolezza:** il peccato, a mio avviso, più grave. Ignorare la potenza di questo strumento di acquisizione e dei risultati economici che può generare, fa sì che importanti risorse non solo non siano sfruttate, ma soprattutto vengano trattate con una superficialità disarmante (foto 1).

Anno di riferimento	% Abbonam. da Referral	Fatturato da Referral
2015	60,14%	131.944,30
2016	56,83%	136.014,90
2017	51,57%	124.718,00
2018	58,22%	141.324,00
2019	61,64%	146.843,00

Foto1. Analisi 2015-2019  
Fatturati generati da Referral Strategy  
centro fitness di mq 550



### Le 5 regole d'oro per il successo

#### Atteggiamento mentale positivo:

ovvero affrontare le situazioni trovando sempre il lato positivo. Il successo nella vita privata, così come in quella professionale, è determinato da noi stessi e da nessun altro, dal modo in cui si affrontano le situazioni, dal modo in cui si sfruttano le potenzialità.

#### Preparazione degli strumenti:

prima ancora di iniziare una qualsiasi azione, che sia programmata o meno, è di importanza estrema avere tutti gli strumenti da utilizzare (che siano fisici o digitali) pronti all'uso e di immediata disponibilità.

#### Applicazione della tecnica A.I.D.A.:

acronimo di 4 termini molto cari a chi si occupa di vendita (e la richiesta *referral* rappresenta a tutti gli effetti una vendita).

Tutti noi almeno una volta nella vita siamo stati catturati da un messaggio efficace, d'impatto, da un testo accattivante e viviamo sempre più in un'era in cui le persone conducono una vita frenetica, continuamente di fretta,

stressate e fondamentalmente non hanno il tempo di valutare ciò che vorremmo proporre. Al giorno d'oggi per vendere un prodotto (o servizio) è necessario distinguersi dalla concorrenza e investire sempre più in risorse marketing, in modo da essere presenti sia online sia offline. Il modello A.I.D.A. è uno dei primi modelli teorici e più utilizzati per capire in che modo la comunicazione può impattare sulla scelta delle persone.

L'acronimo A.I.D.A. sta ad indicare i **4 step** da mettere in pratica per catturare l'attenzione dell'interlocutore. A.I.D.A. appunto sta per **attenzione, interesse, desiderio, azione**.

**Attenzione:** catturare l'attenzione con immagini accattivanti e con titoli o frasi che stimolino una forte volontà a essere ascoltati.

**Interesse:** bisogna descrivere il servizio offerto in modalità altamente persuasiva, stuzzicando al massimo la curiosità personale sottolineando il perché si dovrà acquistare.

**Desiderio:** rappresenta la fase più emotiva, il momento in cui il cliente

dovrà desiderare in modo esagerato quanto gli si sta proponendo. Dovrà sentirsi coinvolto emotivamente a risolvere un suo problema, a soddisfare un suo bisogno, riconoscendo nel servizio proposto, la soluzione.

**Azione:** rappresenta la fase più delicata, poiché dovrà aderire alla proposta attraverso una *Call To Action*.

Questi 4 step rappresentano un perfetto tunnel di vendita, estremamente lineare, sono strettamente correlati fra loro e accompagnano il cliente dalla semplice conoscenza fino al compimento di un'azione. Tutto quanto esposto è molto chiaro e suscita un fascino particolare, ma, solo in presenza del concetto fondamentale di fiducia, si otterranno risultati straordinari.

**Creare valore** unico e differenziante (UVP): ovvero cosa vi contraddistingue rispetto alla concorrenza, quindi una comunicazione concisa in grado di spiegare chiaramente i benefici che i vostri potenziali clienti ottengono, scegliendo la vostra offerta. È la risposta ai loro bisogni, che determina come la vostra azienda riesca a migliorare la loro vita.

**Parlare di contenuti** che aumentano la credibilità: adottare una comunicazione che aumenti la percezione di un club come estremamente affidabile, facilita l'ottenimento dei risultati e crea una fiducia incondizionata, la base solida per relazioni di livello superiore.

### Evoluzione dei più comuni strumenti per il Referral Marketing

Come si evince dal grafico (foto2), i primi strumenti utilizzati per il Referral Marketing si affacciano nei club a partire dagli inizi degli anni '90 con il Guest Pass o Free Pass. Utilizzato per lo più come strumento nella tecnica della chiusura di una trattativa di vendita, in diverse realtà assume la duplice funzione di **omaggio** prova per un conoscente.

Tra la fine degli anni '90 fino ad i primi anni 2000 compaiono i primi



Foto2

assegni del valore di X ed i primi buoni omaggio che comprendono X servizi.

Dal 2008 in poi compaiono i primi sms ed a seguire i messaggi Whatsapp con testo-invito.

Dopo il 2010 si intravedono i primi buoni omaggio 3 in 1 che presentano 3 tools fondamentali in un unico strumento. Arriviamo ai giorni d'oggi con l'avvento del Marketing Convergente, ma soprattutto con lo sviluppo delle piattaforme di mobile marketing. La digitalizzazione e l'evoluzione degli strumenti digitali permettono di sfruttare quei vantaggi competitivi che, anche nelle piccole realtà o per mancanza di organizzazione (o di risorse), non riescono ancora a spiccare il volo. Anche il web negli ultimi 15 anni ha subito importanti trasformazioni, registrando netti miglioramenti.

Con l'evoluzione tecnologica si è passati da siti praticamente testuali a veri e propri portali interattivi e animati, fino al minimalismo e chiarezza attuali con contenuti di qualità, puntando sulla semplicità, in quanto la navigazione sul web tende sempre più verso l'utilizzo dello smartphone (da cui proviene quasi il 50% del traffico generato). La navigazione mobile non si sposa bene con la pubblicità visuale.

Sui desktop banner, skin o altri elementi grafici sono di più facile attuazione mentre sul mobile è praticamente impossibile inserire questi elementi.

Ecco quindi che nasce il mondo del *Referral Link*.

Senza entrare troppo nello specifico, il consiglio è quello di utilizzare questa nuova tendenza nelle azioni di marketing interno, partendo da strumenti fisici (*off-line*), portali on-line (sfruttando la digitalizzazione) attraverso la creazione di link, per portare a termine attraverso questo processo la conclusione di un appuntamento di vendita all'interno del club (*off-line*).

In questo periodo dell'anno il marketing natalizio è già stato programmato e rappresenta uno dei lavori più importanti dell'anno, non solo perché è un marketing incentrato solo sul DB interno, ma anche perché ha una resa che varia tra il 7% e il 30% di rientro in base alla qualità di distribuzione di tutti gli strumenti comunicativi. Un club che distribuisce 1000 strumenti (di cui almeno 2 per cliente) a seconda della qualità, della strategia e dell'efficacia comunicativa può avere una resa che varia tra i 70 e i 300 nuovi contatti e quindi prepara il campo a un gennaio 2023 estremamente interessante.

Nelle condizioni organiche un parametro di qualità è dato (nelle migliori prestazioni di ogni club) un rapporto medio di 3 a 1 su ogni nuovo iscritto. Questo non fa che generare un circolo virtuoso proattivo di nuovi contatti in target.

### Conclusione

Il *Referral Marketing* è una componente potente e importante della strategia di marketing per ogni club. Implementare alcune semplici tecniche può aiutare ad innescare il passaparola, rendendolo la fonte principale delle nuove vendite con notevoli vantaggi economici e senza effettuare grandi investimenti. ■

*Massimiliano Di Rita*  
Management Academy Scuola  
di Formazione Green Academy,  
Specialista in Referral Marketing,  
Certified Convergent Marketing.



# CIWAS

Confederazione  
Italiana Wellness  
e Attività Sportive  
per la Salute

**#UnitiPerLoSport**

# ADESSO TOCCA A TE!

**SCRIVIAMO INSIEME IL NOSTRO FUTURO.**

Ciwas **ascolta** ed **amplifica** la tua voce, per **ridurre la frammentazione ed aumentare l'autorevolezza** di Palestre, Piscine e Centri Sportivi.

Scegliere di appartenere a **CIWAS - Confederazione Wellness** è un atto di valore che manifesta il tuo impegno per **tutelare, accrescere e proteggere** il Settore del Wellness e delle Attività Sportive per la Salute.

**ORA TU PUOI SCEGLIERE !  
SCEGLI DI AFFILIARTI A CIWAS:**

**[WWW.CIWAS.IT/AFFILIAZIONE](http://WWW.CIWAS.IT/AFFILIAZIONE)**

# IL TEAM DI PROFESSIONISTI FISCALI PER IL SETTORE SPORTIVO AL SERVIZIO DELLO SPORT



**CO.DE.**  
SERVIZI  
FISCALI  
INTEGRATI  
SPORTIVI



Esperienza



Obiettivi



Multi-tasking

## SOLUZIONI PERSONALIZZATE E PRESTAZIONI ALTAMENTE SPECIALISTICHE

Lo Studio Co.De. Accounting nasce su iniziativa dei Soci fondatori, Dottori Commercialisti ed Esperti contabili in Roma, con una carriera professionale ultraventennale nel settore della consulenza tributaria, fiscale e del lavoro, rivolta a società ed altre realtà imprenditoriali del territorio.

Consulenza fiscale e contabile

Contenzioso tributario

Consulenza del lavoro

Consulenza fiscale settore sportivo

[studio-code.it](http://studio-code.it)

**Contattaci per una prima consulenza gratuita**

**Circ.ne Clodia, 88 - 00195 Roma | +39 06 39722933**

**LA DISABILITÀ NON SI  
TROVA NELLA PERSONA,  
MA NELL'AMBIENTE  
CIRCOSTANTE**

