

LA PALESTRA

LA RIVISTA TECNICA PER ESSERE SEMPRE INFORMATI SULLE TENDENZE DEL MERCATO

**PIÙ DI 65.000 COPIE
DISTRIBUITE GRATUITAMENTE
OGNI ANNO**

LA PALESTRA - N°57 - marzo/aprile 2015 - Tariffa a regime libero - Poste Italiane S.p.A. - Spedizione in Abbonamento Postale - 70% - DCB Milano
"In caso di mancato recapito si prega inviare al CMP Roserio (MI) per la restituzione al mittente, che si impegna a pagare il diritto fisso dovuto". CONTIENE I.P.

RIMINIWELLNESS

FITNESS BENESSERE SPORT ON STAGE

FIERA
E RIVIERA
DI RIMINI

28-31
MAGGIO
2015

10^A EDIZIONE

10

ENERGY
EVOLUTION



organizzato da
organized by



RiminiFiera
business space

con il patrocinio di
with the patronage of



 RiminiWellness

www.riminiwellness.com



LES MILLS[™] CINEMA

IL PIACERE DELL'ALLENAMENTO LES MILLS IN QUALSIASI MOMENTO E SUL GRANDE SCHERMO!

VENITE A SCOPRILO IN ANTEPRIMA A RIMINI WELLNESS 2015



LES MILLS CINEMA:

- Riservato esclusivamente ai club LES MILLS
- Per attirare clienti nelle fasce orarie più vuote
- In aggiunta ai corsi LES MILLS live
- Per coinvolgere e fidelizzare i nuovi clienti





Barbara S.,
meno 10 chili
dopo 6 settimane



Stefania Z.,
meno 7 chili
dopo 6 settimane



Non credi ai tuoi occhi?!

...il successo, solo in 3 + 3 settimane!

L'80% di tutti gli interessati e soci in un fitness club vogliono perdere peso o vogliono semplicemente cambiare la loro figura. Finyo é il sistema ideale!

www.finyo.com

Slim Belly e Finyo é un'accoppiata vincente!

Informati subito:



Tel. 0586 405433
amministrazione@greinwalder.com

in collaborazione con:

Greinwalder & Partner

saremo presenti alla Fiera di Rimini
dal 28 al 31 maggio 2015 - padiglione C1

SPECIALE OFFERTA FIERA

Riduzione di grasso 8 volte piú efficace

Ricerca scientifica nell'Istituto per Consulenza Medica e Sportiva (IMS). Leggi tutti i dettagli della ricerca su www.slim-belly.com

Provalo subito nel tuo centro per 8 settimane a rischio zero

- piú interessati e piú iscrizioni nel tuo centro
- piú fatturato e aumento dei profitti
- posizionamento come specialisti del dimagrimento

slimbelly

by AIRPRESSURE BODYFORMING

www.slim-belly.com



**ALLESTISCI IL TUO BOX CON
EQUIPMENT DA COMPETIZIONE**

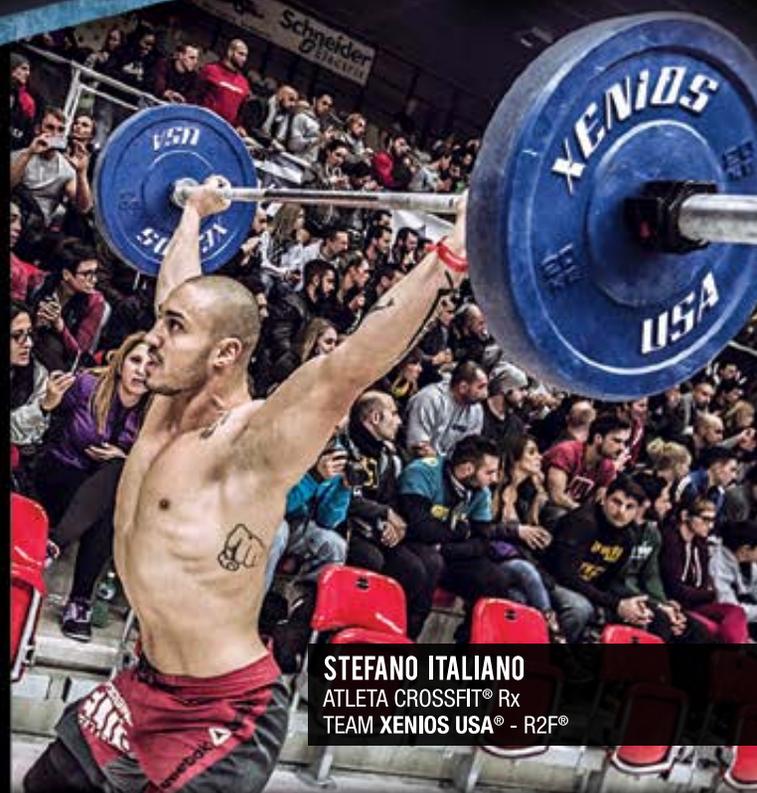
Xenios USA® Equipment for the Fittest.

Xenios USA® è uno dei produttori leader al mondo in attrezzatura per Functional Training e Strength and Conditioning. Il Team Italia di Xenios USA® è a tua disposizione per progettare il tuo Box e per guidarti nella scelta di tutta l'attrezzatura necessaria, dalla pavimentazione sino alla cima delle funi da arrampicata.

Il quartier generale Europa di Xenios USA® ha sede a San Marino, ove si trova anche il dipartimento commerciale Italia. Alcuni numeri che riassumono il lavoro svolto sino ad oggi:

- 1200 fra Box, ed aree Functional Training, sia indoor che outdoor, attrezzate in Europa da Xenios USA®
- 21 Nazioni in cui è presente Xenios USA®, oltre agli Stati Uniti.
- Oltre 3.000 i Coach che ad oggi hanno scelto Xenios USA® in Europa
- Oltre 10.000 gli atleti che, ad oggi, in Europa, si allenano con Xenios USA®
- Oltre 100.000 Kg. di Dischi Bumper consegnati nel 2014 in Europa
- Oltre 1.000 Bilancieri consegnati nel 2014 in Europa
- Oltre 300 i prodotti a catalogo Xenios USA®

Fornitori ufficiali di:



STEFANO ITALIANO
ATLETA CROSSFIT® Rx
TEAM XENIOS USA® - R2F®

TRIGGERPOINT™



Learn more, move better!



I corsi che ti aiutano, con il supporto di specifici attrezzi, a trattare i tuoi clienti per aumentare la mobilità, ridurre il dolore, migliorare la performance sportiva e correggere lo stile di vita. Workout e prodotti di facile utilizzo e trasporto.

Prossimi corsi

11 aprile	Myofascial Compression Technique	Bari
3 maggio	Myofascial Compression Technique	Palermo
9 maggio	Myofascial Compression Technique	Milano



Distributore esclusivo
per l'Italia

 **theGlobal
Fitness**

info su corsi e prodotti:
Tel. 06.90400836
info@theglobalfitness.com
www.theglobalfitness.com

STRATEGIE VINCENTI E ALLENAMENTI INNOVATIVI

L numero che avete fra le mani vuole da un lato accendere i riflettori sulle tante proposte di allenamento che arricchiscono i programmi delle nostre palestre, dall'altro richiamare l'attenzione sull'importanza di una decisa e mirata strategia di gestione e marketing. Non basta infatti studiare innovative e performanti proposte di workout per ottenere un sicuro riscontro in termini di iscritti e abbonati, anche se le lezioni sono originali e divertenti, come il Rootape, raccontato nella nostra copertina, che ricorre all'impiego di un tubolare in microfibra, o come lo StirFit, che mira al raggiungimento del benessere attraverso l'impiego di esercizi ginnici.

Quello che non può mancare a un centro fitness, se mira alla crescita e al profitto, è una coerente e ben sviluppata azione di marketing. Le idee da attuare sono numerose e valide, come spiegano nei loro approfondimenti Carmine Preziosi e Roberto Panizza: basta conoscerle, considerarle e applicarle caso per caso. Questo mese abbiamo deciso di realizzare un'intervista multipla dedicata all'allenamento in sospensione, una grande intuizione che ha permesso la nascita di tutta una serie di nuove modalità di workout. Ma le potenzialità di questo innovativo sistema sono state sfruttate a pieno dal mercato italiano? Quanto è stato fatto dalle palestre per accogliere le nuove strutture allenanti e quanto deve essere ancora fatto? Lo abbiamo chiesto a diversi operatori e conoscitori della "materia" che ci hanno offerto i loro interessanti contributi. Vi invito inoltre a prestare attenzione ad alcuni prodotti da poco arrivati in Italia che ci sono sembrati particolarmente utili e promettenti: il Compry Cool e il cosmetico tessile Biolab.

Prima di salutarvi, ci tengo a ricordarvi l'appuntamento imminente con la trentesima edizione di Fibo, la fiera internazionale di fitness, wellness e salute che si svolge dal 9 al 12 aprile a Colonia, in Germania. Noi non mancheremo! Infine vi esorto a non perdere l'intervista a uno dei massimi esperti di medicina anti-aging che abbiamo in Italia: Massimo Ongaro. La trovate a pagina 44. Scoprirete le insospettabili affinità che esistono tra questa applicazione della medicina e il nostro amato mondo del fitness.

Veronica Telleschi

**PAVIMENTI IN GOMMA
PER LA TUA AREA FUNZIONALE**

**PREVENTIVI IN 24 ORE
TEL: 0522/698549**

**PAVIMENTI
IN GOMMA**

IN COPERTINA**P. 10** In forma con il Rootape**GESTIONE****P. 12** Quale strategia di web marketing?**P. 16** Diamo un' enfasi ludica al nostro club!**P. 18** Ancillary: The New Generation's Business**ALLENAMENTO****P. 22** Connubio tra cibo e allenamento funzionale**P. 24** Compry Cool, un innovativo sistema di terapia contro il dolore**P. 26** Lo STIRFIT® l'allenamento semplice e completo**P. 30** Allenamento in sospensione: a che punto siamo?**FOCUS****P. 36** Cosmetico tessile Biolab**SOCIALE****P. 38** Lo sport come forma di inclusione**ALIMENTAZIONE****P. 40** Frutta e verdura da bere**P. 44** La medicina anti-aging e il fitness**NOVITÀ & CURIOSITÀ****P. 46** Dansyng®, da Bolzano a Bergamo fino a Rimini!**P. 46** Finyo: perdere peso e creare nuove opportunità di business**SALUTE****P. 48** La sicurezza negli spogliatoi**ACQUA & BEAUTY****P. 50** I costi energetici di una piscina**EVENTI****P. 52** RIMINIWELLNESS festeggia 10 anni**P. 54 PILLOLE DI WEB MARKETING****P. 55 VETRINA DELLE OCCASIONI**

WaterRower

INTEGRAZIONE COMPLETA

I vogatori WaterRower sono realizzati con la massima cura e attenzione al dettaglio e sono pensati e progettati anche per il design della casa, al lavoro e in palestra. WaterRower visivamente ricorda più un pezzo esclusivo di arredo che un attrezzo fitness.

**SPACE-SAVING**

WaterRower richiede poco spazio verticale, poco più di una sedia. L'acqua rimane sicura nel serbatoio senza il rischio che esca durante il lavoro o il posizionamento. Ideale per il piccolo appartamento.



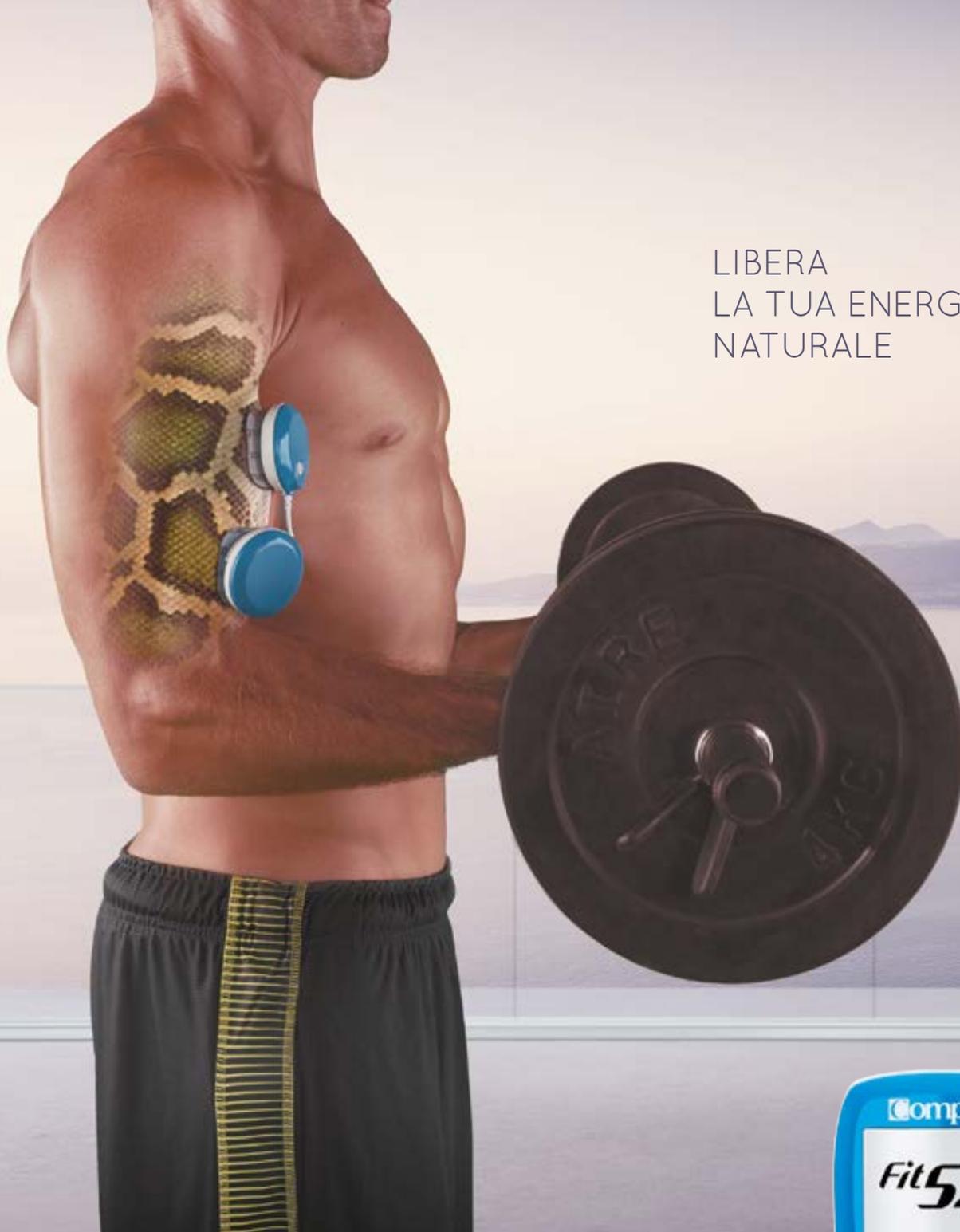
RiminiWellness
PAD D3 STAND 201



Via G. Carcassola 47, Trezzo sull'Adda (MI) 20056 ITALY
Tel 035 80 2006 info@ennerregi.com
www.ennerregi.com



LIBERA
LA TUA ENERGIA
NATURALE



NEW
Fit 5.0

SVILUPPARE LA MASSA MUSCOLARE
SCOLPIRE IL CORPO
RILASSAMENTO

SWISS TECHNOLOGY

SCOPRI LA NUOVA GAMMA DI ELETTROSTIMOLATORI SU COMPLEX.INFO

Complex®
Your intelligent training partner

IN FORMA CON IL ROOTAPE



Vi presentiamo un
attrezzo poco
costoso, colorato,
totalmente nuovo
che potrà
incuriosire,
divertire e allenare
i vostri clienti

Nell'estate del 2012 durante una passeggiata in spiaggia, camminando più rapido degli altri, mi allontanai dal gruppo e, per richiamare l'attenzione, sventolai il telo da mare, percependo un piccolo dolore muscolare dato dal peso dell'asciugamano in movimento. Iniziai allora a pensare cosa poter fare con un telo, qualcosa di nuovo e particolare. Il telo mare era comodo ma limitativo e mi misi al lavoro per trovare una soluzione ottimale. Creai in breve tempo, assieme al collega **Rodolfo Carpanedo**, decine di esercizi, dal funzionale al pilates, dal posturale allo stretching, molti in coppia e di gruppo. Preparato il progetto, con **Andrea Mazzoni**, titolare della **Sidea**, siamo riusciti a creare un prodotto eccezionale.

Caratteristiche dell'attrezzo

È un tubolare in microfibra di 130 cm, al suo interno sono alloggiati due Pilates ball da 500 g rimovibili; il tubolare è lavabile. Rootape sfrutta rotazioni e traiettorie circolari e quindi la forza centripeta sviluppata dai nostri muscoli che tramite il tubolare mantiene le palline in traiettoria circolare.

Le due palle da 0,5 kg arrivano a pesarne insieme fino a 5.

Peculiarità

Rootape è molto versatile. Non esiste un vero programma di allenamento, è l'istruttore che lo crea utilizzando esercizi e linee guida fornitegli durante la formazione. È adatto agli istruttori uomini ma anche alle istruttrici donne già abituate alla tonificazione.

Può essere applicato in tante tipologie di workout: Functional Pilates (esercizi propriocettivi e di slide inclusi), Stretching, PT, Preparazione atletica per diversi sport: calcio, volley, giavellotto, pallamano, sci, tennis, golf, windsurf-kitesurf, canoa... Non dimentichiamo l'home fitness: il Rootape pesa solo 1 kg, quindi si può portare a casa, al lavoro, in viaggio e in qualunque momento si ha una palestra a portata di mano.

Obiettivi

Gli obiettivi sono diversi:

- 1) Avere un'ottima postura in qualunque esercizio (col Rootape si è quasi costretti a mantenerla sempre)
- 2) Incrementare il ROM di arti superiori e colonna
- 3) Usare tutta la muscolatura in ogni esercizio
- 4) Incrementare la difficoltà di alcuni esercizi e renderne altri più facili
- 5) Tonificare e consumare calorie
- 6) Migliorare equilibrio e coordinazione psico-motoria
- 8) Incrementare la flessibilità

Come si svolge una lezione tipo

- Warm up senza attrezzo e con
- Esercizi per la mobilità di tronco e arti superiori abbinati ad esercizi di flessibilità
- Serie di circuiti funzionali (anche in coppia/gruppo)

- Esercizi a terra tipo pilates in posizione supina, prona e laterale
- Stretching col Rootape (che cambia totalmente la sensazione d'allungamento).

Tipologia di utenza

La vasta gamma di esercizi ci permette di raggiungere qualunque tipo di utenza: tutti possono usare il Rootape, esclusi coloro che hanno gravi problemi a spalle e colonna, ma per queste persone ci sono esercizi specifici. Infatti stiamo utilizzando il Rootape anche in campo riabilitativo.

Quant'è diffusa la disciplina in Italia e all'estero

In questi primi nove mesi l'abbiamo diffuso in Italia. Siamo fiduciosi che in breve tempo si amplierà sia il mercato italiano che quello estero ed il mercato dell'home fitness.

Diventare trainer di Rootape

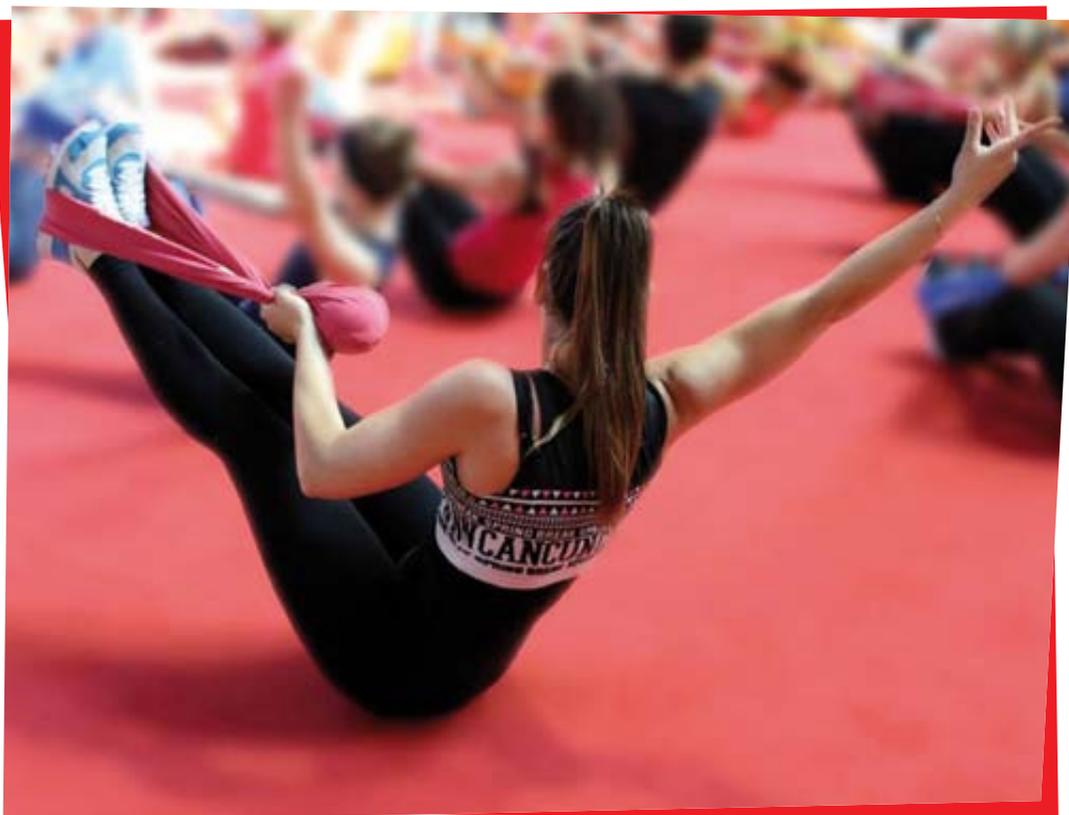
La formazione dura un giorno, ed è mirata a istruttori che hanno già una formazione base. Rootape è adatto a istruttori intelligenti e consapevoli di ciò che fanno e dei limiti dei clienti. È un attrezzo che non va utilizzato per giocare (a parte occasioni specifiche). Usato bene, il rootape garantisce grandi risultati.

Sergio Cortassa

Nel Rootape il programma di allenamento viene creato dall'istruttore seguendo esercizi e linee guida appresi durante la formazione

Dal Web

Per approfondimenti:
Video di presentazione:
<https://www.youtube.com/watch?v=RPaA6yx5v3s>
www.rootape.it



Sergio Cortassa

Professionista che lavora nel mondo del fitness da oltre 16 anni come istruttore, personal trainer, direttore tecnico, docente, preparatore atletico, atleta, imprenditore e presenter di livello internazionale.

QUALE STRATEGIA DI WEB MARKETING?



pagina facebook, il numero di “follower” dell’account twitter oppure il numero di visualizzazioni di un video su youtube, **ma risultati reali e tangibili strettamente connessi alla vendita di abbonamenti** come numero di coupon scaricati, numero di visite in palestra, numero di telefonate ricevute a seguito di una campagna di web marketing, ecc.

Il perno fondamentale della strategia di web marketing, nonostante il proliferare di social network e applicazioni digitali, è e rimane il **sito internet** che deve essere in grado di:

- ricevere traffico di visitatori
- tramutare i visitatori in contatti
- convertire i contatti in potenziali acquirenti
- vendere abbonamenti

Generare traffico

La bravura di chi gestisce il web marketing per una palestra è innanzitutto quello di individuare i canali online dove intercettare i potenziali clienti.

Il primo canale è senza dubbio la cosiddetta “**SEARCH**”, ossia le ricerche che vengono effettuate dagli utenti attraverso i motori di ricerca per trovare un prodotto o un servizio (“palestra Firenze” ad esempio). In questo caso, per attirare l’attenzione dell’utente abbiamo due modi:

- Il primo è la **Search Engine Optimization**

Un fitness club che vuole fare marketing attraverso internet deve necessariamente impostare una strategia

Una strategia di web marketing ben studiata consentirà di ottimizzare il lavoro e gli investimenti e soprattutto di ottenere risultati interessanti. Il punto di partenza di questa strategia è la definizione degli obiettivi di business che non possono essere il numero di “mi piace” sulla

La strategia di web marketing



Dal Web

Vuoi scrivere un commento su questo articolo? Collegati al sito www.lapalestra.net/archivio-articoli/

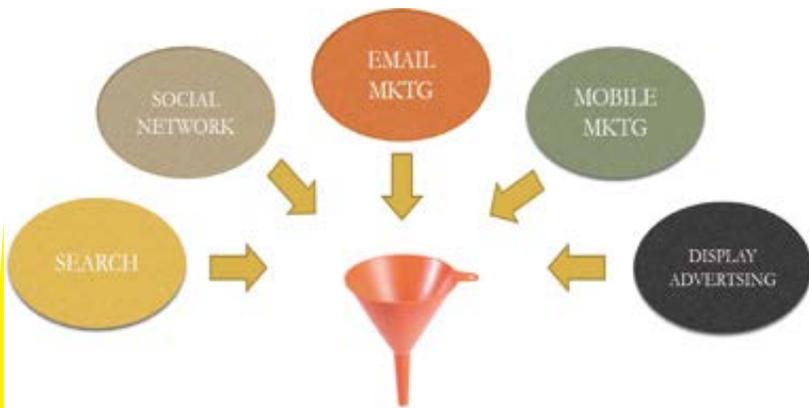




**ELEGANZA E BIOMECCANICA
SORPRENDERANNO IL TUO CLIENTE,
IL PREZZO SORPRENDERÀ TE!**

CARDIO - ISOTONICO - ARREDO - PESI LIBERI

CARDIACA S.R.L. Via della Vanguardia, 9 - 66054 Vasto (CH) // infoline: 328.8773385 - info@cardiaca.it



Il perno fondamentale della strategia di web marketing rimane il sito internet dell'azienda

(SEO): ossia quelle attività finalizzate ad ottenere la migliore rilevazione, analisi e lettura del sito web da parte dei motori di ricerca attraverso i loro spider, i software che analizzano i contenuti presenti in internet in un modo automatizzato. - Il secondo metodo è la **pubblicità a pagamento per parola chiave**. In questo caso si tratta di annunci evidenziati che l'utente incontra durante la sua ricerca sui motori di ricerca o su siti partner dei motori di ricerca. Lo strumento più importante, collegato al principale motore di ricerca Google, si chiama **Google Adwords**. Se fino a qualche tempo fa Google Adwords era materia prevalentemente di esperti di web marketing, oggi con la versione "**Google Express**" è gestibile facilmente anche da chi non ha competenze specifiche. Con Express, infatti, il processo di scelta ed ottimizzazione delle parole chiavi viene eseguito direttamente da un software di Google con l'obiettivo di ottimizzare i risultati dell'inserzione.

Social Network ed email

L'altro canale da utilizzare per **generare visite al sito internet** sono i **social network**, veri e propri reticoli di persone collegate da legami sociali. Il principale social network dove poter trovare potenziali clienti è senza dubbio **Facebook** che registra in Italia oltre 24 milioni di persone iscritte.

Anche nel caso dei social network e Facebook in particolare esistono **due modi per dirottare le persone sul sito internet, uno cosiddetto organico e l'altro a pagamento**. Per organico si intende la pubblicazione di contenuti interessanti per gli utenti spesso accompagnati da link di approfondimento che riportano al sito internet. In merito alla pubblicità a pagamento, Facebook mette a disposizione campagne pubblicitarie ad hoc per generare visite sul sito internet (nel pannello facebook adv, alla scelta degli obiettivi va selezionata la voce "ottiene visite al sito web"). Terzo metodo per generare visite e contatti è senza dubbio l'**e-mail**, strumento intramontabile e quotidianamente utilizzato dalla gran parte

delle persone. Le due tipologie di e-mail da utilizzare sono le newsletter, notiziari scritti e/o per immagini diffusi periodicamente per posta elettronica (con link approfondimento al sito internet, possibilmente ad un blog) oppure le **DEM (Direct Email Marketing)**, di norma e-mail che hanno l'intento di acquisire nuovi clienti convincendoli ad acquistare subito qualcosa.

Un canale che acquisisce sempre maggiore importanza è quello relativo ai telefoni cellulari che, con l'avvento degli smartphone, ha sancito la nascita del **mobile marketing**. Con gli smartphone, infatti, attraverso gli intramontabili sms oppure altre applicazioni come whatsapp, i messaggi testuali diventano linkabili e possono quindi portare l'utente a visitare un sito internet. Per chi fa uso di mobile marketing è fondamentale avere un sito internet "responsive" ossia adattabile agli schermi di smartphone e tablet.

I banner

Infine, merita di essere menzionato il canale del display advertising che utilizza spazi a pagamento (banners con immagini o video linkabili), all'interno di siti internet di interesse dell'utente per la promozione di un prodotto o servizio. Per le palestre può tornare utile promuoversi ad esempio su siti di informazione locale che ci consentono di selezionare un target geograficamente idoneo.

Una volta elencati i principali serbatoi di traffico è opportuno sottolineare che **il lavoro più difficile consiste nel tramutare le visite in contatti**. Per fare ciò, un sito internet deve proporre innanzitutto **contenuti interessanti** (non solo commerciali) per l'utente e la possibilità di compiere delle azioni specifiche (CTA Call to Action) come "iscriviti alla newsletter", "scarica la guest pass", "compila il form", "chiama", "scrivici", "chatta con noi". Queste azioni permetteranno di ottenere il contatto del cliente che dovrà poi essere gestito in modo da renderlo potenziale cliente.

Ricapitolando, le azioni fondamentali da intraprendere:

- individuare obiettivi reali della strategia di web marketing connessi alla vendita di abbonamenti
- mettere al centro della strategia il sito internet e lavorare al fine di generare traffico di utenti attraverso i diversi strumenti messi a disposizione dal web;
- strutturare attentamente il sito internet della palestra (l'imbuto della strategia) con l'obiettivo di fornire notizie ed informazioni utili agli utenti; un sito ideale è fatto per essere consultato anche tramite tablet e smartphone e contiene specifici inviti all'azione per convertire in contatti le visite.

Carmine Preziosi



Carmine Preziosi

Laureato in Economia e Commercio ed esperto di marketing. Attualmente è direttore marketing presso il network di studi odontoiatrici "IRIS Compagnia Odontoiatrica" e titolare e responsabile del blog www.fitness-lab.it

MOOVING

SOFTWARE e CONTROLLO ACCESSI per
PALESTRE, CENTRI SPORTIVI e PISCINE
INTEGRABILE CON TUTTI I TORNELLI IN COMMERCIO!



OLTRE
1.000
INSTALLAZIONI
IN ITALIA E
ALL'ESTERO!



software
completo



dual monitor con
immagini e video



assistenza e
aggiornamenti



tornello
bidirezionale



card e
lettore



campagne
sms ed e-mail

OTTIMIZZA le **PERFORMANCE** del tuo centro
in **AUTONOMIA** e senza costi di consulenza!

A PARTIRE DA

397€

iva esclusa

— IL SOFTWARE COMPRENDE MODULI PER: —



AMMINISTRAZIONE



PLANNING E PRENOTAZIONI



MARKETING E C.R.M. AUTOMATICO



REPORT E STATISTICHE COMPLETE



CONTROLLO ACCESSI E DOCCE

SCHEDE di
ALLENAMENTO
con **ESERCIZI**
ANIMATI 3D



*** ANCHE SU CELLULARI E TABLET ***

CHIAMACI

Numero Verde
800 58 67 01

O VISITA IL SITO
WWW.MOOVING.EU

PROVALO GRATIS

SCONTO
EXTRA DEL 10%
PER I LETTORI
DELLA RIVISTA
CODICE PROMO:
LA PALESTRA

VUOI SOLO LE CARD?

LE STAMPIAMO A PARTIRE DA

0,05€



DIAMO UN'ENFASI LUDICA AL NOSTRO CLUB!



Sono tanti i motivi
per i quali
conviene rendere
il proprio club una
struttura ricreativa
dove sia possibile
allenarsi, rilassarsi
e divertirsi
facendo la cosa
che più ci viene
naturale: giocare

Nell'articolo pubblicato nel numero scorso ho trattato il concetto di **fidelizzazione** nel centro fitness tramite un'operazione di **rebranding**, uniformando con il proprio logo tutte le attrezzature sportive e il mobilio presente al fine di trasmettere un senso di appartenenza verso il club e non verso un singolo istruttore o attività del momento.

La fidelizzazione è un processo lungo, quasi una **persuasione**: un corteggiamento che deve essere mirato al target di riferimento e non deve essere invasivo. Inoltre non è da confondere con la vendita, in quanto è un'attività di contorno il cui risultato deve portare a un rinnovo dell'abbonamento istintivo e spontaneo da parte del socio. Il che significa ricevere fiducia. Questo aspetto è importante per il consolidamento dei propri soci, ma quali possono essere le altre risorse che ci offre il mercato del fitness? L'obiettivo numero uno deve essere quello di **estendere il mercato a diverse fasce di età e a diverse tipologie di persone**, ossia quel genere a cui interessa poco svolgere attività in palestra "perché annoia!".

Effettivamente quest'ultima obiezione ha un fondo di verità: ad alcune persone il fitness annoia.

Nonostante negli ultimi anni il fenomeno Zumba® abbia trascinato, dalla poltrona alla palestra, fiumi di persone di diverse fasce di età (adulti, ragazzi e bambini), di prevalenza femminile, il mercato del fitness sembra abbia dimenticato di puntare su un aspetto fondamentale: quello **ludico**.

L'importanza del gioco

Il fitness e lo sport sono due cose ben diverse: hanno in comune il benessere psicofisico che consegue dalla pratica costante di attività motoria, ma differiscono tra loro per l'aspetto ludico, praticamente assente nel primo e molto presente invece nel secondo. Non è sufficiente aspettare l'arrivo di un nuovo fenomeno come Zumba® per avvicinare nuove persone alle palestre; **l'essere umano ha bisogno di giocare per sentirsi in forma**. Il gioco trasmette emozioni e misura lo stato di forma attraverso attività dinamiche ed emotivamente coinvolgenti.

Gli operatori del fitness dovrebbero iniziare a interagire con lo sport proponendo nelle proprie strutture spazi dedicati a nuovi generi di attività. In poche parole, **per estendere il mercato è necessario attingere anche dagli amanti di discipline diverse**. In molte palestre d'Italia è

Dal Web

Vuoi scrivere un commento su questo articolo? Collegati al sito www.lapalestra.net/archivio-articoli/



facile imbattersi in strutture che dispongono di 2-3 sale corsi, piscine (o grandi vasche) con annesso terrarium, ma solo poche sono fornite di **aree più "sportive" come campi da squash o minibasket** (per fare un esempio). Secondo voi, per quanto possa essere rilassante, ci si potrebbe mai divertire in una sauna? Forse solo la prima volta. Per destinare un'area allo squash sono sufficienti 60 mq e circa 4 metri in altezza mentre per un campetto da minibasket ci vogliono circa 200 mq (anche meno) proprio come una sala corsi. D'altronde sono molto più economici da progettare rispetto ad un terrarium o ad una piscina, in quanto non prevedono particolari costi di gestione, se non quelli di areazione, e di pochissima manutenzione. Inoltre potrebbero essere molto più redditizi qualora si volesse affittare i campi e/o organizzare vari tornei.

Opportunità di business

Se adesso si provasse ad immaginare una palestra di 700 mq di cui 150 dedicati ad un campetto di minibasket, queste sono le opportunità di business che si potrebbero avere:

- corsi di minibasket per bambini
- tornei e varie iniziative per tutte le fasce di età e sesso
- noleggio del campo

- maggiore fidelizzazione perché maggiore è il coinvolgimento delle persone
 - bassissimi costi di gestione se non quelli di riscaldamento (in inverno) e di illuminazione. Per quanto possa sembrare fuori dai soliti canoni, in questo modo è possibile attribuire una **nuova enfasi emotiva nella considerazione del centro fitness**, al punto che ogni obiezione può essere superata sin dal principio: *"se oggi non hai proprio voglia di allenarti, puoi sempre divertirti facendo due tiri a canestro!"*.

Lavorare sull'aspetto ludico può rappresentare una svolta nell'evoluzione del nostro settore. Lo sport deve essere presente nella vita sociale di ogni individuo e il fitness non può far altro che assecondare questo movimento. Oltre a rappresentare un'ottima soluzione di business per tutte quelle realtà che dispongono di una struttura superiore ai 600 mq, permette anche di **offrire un servizio diverso**, abbracciando un ampio raggio di target: dai bambini agli adolescenti, dai ragazzi agli adulti, di entrambi i sessi. Non si tratta soltanto di superare a priori un'obiezione, ma l'obiettivo è quello di rendere il proprio club una struttura ricreativa dove sia possibile allenarsi, rilassarsi e possibilmente divertirsi facendo la cosa che più ci viene naturale: giocare.

Antonio Prudenano



Antonio Prudenano

Laureato in Scienze Motorie presso l'Università di Urbino. Particolare competenza in Marketing e Strategia di Vendita per Personal Trainer e Centri Fitness. Titolare del centro PlayActive Fitness di Urbino (PU).
aprudenano@gmail.com

VENDI DA SMARTPHONE E SITO WEB

CREIAMO LA TUA SOLUZIONE PERSONALIZZATA, INTEGRABILE CON MOLTE ALTRE FUNZIONALITÀ E CON IL TUO GESTIONALE



Abbonamenti, pacchetti e servizi



Tessere ingressi a scalare



Invio di coupon regalo agli amici



Pagamento con PayPal, carta di credito, borsellino elettronico



Più di 150 app già realizzate

ANCILLARY: THE NEW GENERATION'S BUSINESS



“One way to keep your company going is to have constantly greater goals”
Mikael Korda

In campo turistico gli ancillary sono - tecnicamente - quei servizi accessori che si aggiungono a corredo della vendita dei voli e dei soggiorni turistici. Molti ancillary sono comunemente conosciuti, come il noleggio auto, la prenotazione di una visita al museo/escursione o un trattamento benessere ecc., e talvolta vengono vissuti “erroneamente” dall’operatore turistico più come un fastidio che come una opportunità. Concretamente, invece, rappresentano un **potente strumento per migliorare l’esperienza di viaggio dei clienti** e, se ben gestito, possono trasformarsi anche in una **fonte di reddito interessante**. Tendenza che viene sempre di più confermata dagli ultimi dati di vendite delle compagnie aeree e dei Tour operator che rilevano come gli ancillary stiano

influenzando in modo decisivo la scelta di un viaggio.

Servizi tarati sul cliente

Si tratta pertanto di **servizi che si definiscono sulle esigenze del cliente**. Si concretizzano in esigenze di comodità, di facilitazione all’accesso a determinati servizi, di rapidità utile per quei clienti che hanno poco tempo a disposizione e di tant’altro.

Detta così va da sé che probabilmente tutti i gestori di centri fitness si siano già da tempo ingegnati per trovare soluzioni per agevolare la “vita” dei propri clienti. Ritengo, invece, che l’opportunità offerta degli ancillary debba essere maggiormente approfondita dal titolare di centro fitness per essere sfruttata come uno



FINALMENTE ONLINE FOR MEMBERS ONLY!

IL SITO UFFICIALE PER GLI APPASSIONATI DI SUPERJUMP

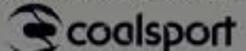
VIDEO PER RIPASSARE LA FORMAZIONE- NUOVE COREOGRAFIE- LEZIONI- PASSI E MUSICA!

- Diverse livelli di accesso per garantire la tua professionalità
- Fai le tue domande online
- Iscriviti per creare il tuo profilo istruttore ed aumentare le tue offerte di lavoro
- Segui ogni mese le novità di SuperJump

Per info contattare formazione@coalsport.com
fb: Superjump 'un popolo che salta'

www.coalsport.com
distribuito da 



Infoline: 333 - 6784376


L'ancillary dovrebbe essere uno strumento propedeutico alla vendita degli abbonamenti e alla fidelizzazione del cliente

strumento per vendere meglio. Tornando al parallelo con il mondo del turismo, dobbiamo notare in primis che il trasporto aereo e ferroviario ragiona su "teste" o meglio sul numero di passeggeri (tanto è vero che gli stessi vengono riconosciuti con un numero di prenotazione detto Pnr e la stessa cosa vale anche in qualche modo per i Tour operator che vendono sul canale B2b, quindi intermediati dalle agenzie di viaggi che sono le dirette conoscitrici del cliente). Il titolare di centro fitness invece è tutti i giorni sul campo a fare tentata vendita a **persone che vede in faccia e che conosce per nome.**

L'ancillary applicato al mondo del fitness

Vip pass, check-in preferenziale, fast-track, cocktail privato, prenotazione cena al ristorante, prenotazione del posto ad una lezione collettiva, assegnazione della bike alle lezioni di spinning, posto auto pre-assegnato, sono solo alcune delle possibilità di ancillary che si possono offrire ai clienti del centro fitness.

Inserire gli ancillary nel listino del centro fitness non è una operazione complicata considerando anche l'aiuto offerto dalle moderne tecnologie come le App, i sistemi gestionali, call center, ecc. Richiede invece al titolare di centro fitness una sensibilità verso il marketing oltre alla capacità di fare Yield (*vedi il mio precedente articolo su La Palestra*). Vendere, facendo cassa aggiuntiva, una applicazione che permetta al cliente di prenotare il posto al corso musicale oltre che a facilitare la vita del cliente stesso permette di pianificare le "risorse disponibili" sulla base di uno storico di App vendute. In pratica si sta facendo Yield.

Dal punto di vista commerciale, occorre essere pienamente consapevoli che **il core business del centro fitness deve essere quello di vendere abbonamenti** e nulla dovrebbe distogliere l'attenzione da questa mission. L'ancillary - come del resto qualunque altra cosa venduta ai clienti del centro fitness - dovrebbe essere propedeutico alla vendita dell'abbonamento ed entrare a pieno titolo nel piano di sales&marketing.

Va da sé che vendere in modo generico a tutti i clienti del centro fitness ad esempio l'App per prenotare il posto al corso musicale è sconsigliabile anche perché si potrebbe andare incontro a disservizi dovuti ad un probabile overbooking di prenotazioni nelle ore di maggiore affluenza e in ogni caso anche inserire un limite alle prenotazioni non è la soluzione migliore dal punto di vista del servizio alla persona.

Su questo tipo di ancillary sarebbe opportuno contingentare, sulla base di un controllo di Yield, un certo numero di posti e utilizzarli

come strumento per vendere quegli abbonamenti che generano maggiore marginalità personalizzandone l'offerta per ottenere anche una maggiore fidelizzazione. Sconsiglio la vendita promozionale inserendo nell'offerta gli ancillary perché **la vendita promozionale è efficace solo se c'è domanda sul mercato** e quindi è uno spreco di risorse "regalare" gli ancillary a dei possibili clienti che comprenderebbero in ogni caso l'abbonamento solo perché conveniente.

Per tutto il resto c'è sempre la possibilità di vendere un ancillary ai clienti del centro fitness, ovvero la possibilità tramite gli stessi di promuovere, personalizzare e fidelizzare il core business del centro.

Le nuove opportunità di marketing offerte dalle varie "community" che vivono anche all'interno del centro fitness e che non aspettano altro che appropriati ancillary rispondano alle loro esigenze, sono un portone che si apre davanti a noi.

Tipologie di ancillary

Un ancillary che racchiuda una serie di agevolazioni come l'App per prenotare il posto bici spinning, l'accesso alla community personalizzata del centro e aperta ai soli "frequentatori abituali", lo sconto alla master class, e tanto altro sono sicuramente lo **strumento per fidelizzare il cliente e per vendere l'abbonamento.**

Un altro Ancillary potrebbe essere quello di realizzare il sogno di molti clienti del centro fitness e cioè di portare a termine la Maratona. Realizzando l'Ancillary Marathon si potrà fidelizzare un gruppo di persone motivate con una serie di strumenti e agevolazioni comprendenti ad esempio 10 sedute di allenamento con personal trainer, visita medica di idoneità alla pratica sportiva, batterie di test da effettuare a scadenze prestabilite, password per accedere al sito di Club Running appositamente creato, iscrizione alla Maratona con pettorina, bag race, card club che identifica il possessore come atleta del centro, gadget personalizzato, fascia con lettore della frequenza cardiaca compatibile con i run club, assistenza durante la competizione e altro.

Indipendentemente dal tipo di Ancillary che si intende offrire ai clienti del centro fitness, è importante che questi nascano da una forte passione di un gruppo di lavoro moderno e innovativo costituito non solo dal titolare di centro fitness ma anche da tutti coloro che nel centro lavorano. Non è richiesto di inventare nulla di nuovo ma solo di rendere la vita più "facile e comoda" ai clienti.

Roberto Panizza

Dal Web

Vuoi scrivere un commento su questo articolo?

Collegati al sito www.lapalestra.net/archivio-articoli/



Roberto Panizza

Product manager di Tour operator italiani e stranieri



Fisiostore.it

**Rimini Wellness
Vi aspettiamo al
padiglione D1**



TOTAL BALANCE



SET TAVOLETTE



CILINDRO RIGIDO



PHYSIO B2B



PHYSIO SIT

FISIOSTORE SRL Via Cristo di Marmo 4 R 16153 Genova

TEL: 010460098 | CELL: 3406712679 | CELL Segreteria 3338440145

MAIL: info@fisiostore.it www.fisiostore.it

CONNUBIO TRA CIBO E ALLENAMENTO FUNZIONALE



Alcuni consigli pratici per abbinare un'opportuna alimentazione all'allenamento funzionale



Fabrizio Ferri

Personal Trainer, ideatore e presenter Functional Workout. Esperto di body building & allenamento funzionale. Titolare del sito www.ferri-personaltrainer.it

In un mondo in cui, oggi, ogni cosa è *funzionale*, non potevamo non regalare tale aggettivo anche all'alimentazione. Parlare di cibo e collegarlo a sport, di qual si voglia genere e disciplina, è ormai consuetudine. Capita sui campi di calcio dei nostri ragazzi come nelle lezioni di Pilates, negli uffici come nei bar.

Nei centri fitness, dove tutti sono "esperti", tra le frasi-fatte più usate, annoveriamo: "scarico dei carboidrati", "dieta iperproteica", "mangio insalata a pranzo a cena, così dimagrisco" e chi più ne ha più ne metta. Non sarà con due concetti alimentari detti da chissà chi che miglioreremo il nostro stile di vita, ma con la consultazione e l'intervento di un buon dietologo-nutrizionista.

Functional Food

Nella scienza il concetto di cibo funzionale ha già, e da decenni, una sua definizione ben precisa. **Il functional food non è altro che quella tipologia di sostanze nutritive essenziali, utili all'uomo per conservare e mantenere inalterati i propri ritmi metabolici.** Nel caso in cui non si disponesse di alimenti, tutori dell'organismo, ci si scontrerebbe con patologie date da carenze nutrizionali.

Cenni Storici

Storicamente essere passati da una società di raccolta ad una di produzione ha letteralmente cambiato le prospettive dell'umanità. Questo passaggio ha reso l'uomo, oltretutto più evoluto intellettualmente, anche migliore sotto il profilo del gusto. Ovviamente la scelta del cibo è sempre ricaduta sul prodotto "migliore", da un punto di vista qualitativo e biologico. Gli alimenti basilari della dieta sono sempre stati cereali, frutta d'albero e da pianta. Ma l'essere umano dopo aver conosciuto la carne, il pesce, le uova ed averne testate le reali qualità alimentari non ne ha potuto più fare a meno.

Allenamento Funzionale e Nutrizione

Mangiare bene non deve essere il lusso sporadico di qualche giorno settimanale. Adeguare le proprie abitudini ad uno stile alimentare di qualità, a lungo raggio, produrrà come risultato un successo in termini di salute, fitness e benessere.

Il Functional Workout, come ogni tipo di allenamento, ha una richiesta energetica precisa. L'attivazione del metabolismo degli zuccheri e delle proteine giocherà un ruolo fondamentale nell'esercizio, ma varierà e usufruirà dei lipidi in alcune delle sue componenti dinamiche. Come, ad esempio, nelle fasi più intense di Interval Training aerobico. Molto spesso, purtroppo, si confonde il sudare molto con la perdita di grasso. Sfugge un concetto che appare stravagante a tanti, **bruciare i lipidi dopo l'allenamento.** Come? Beh, semplice: con l'attivazione metabolica e l'incremento della massa magra. Essendo un'attività molto dispendiosa, è inevitabile parlare di carboidrati come fonte energetica primaria.

Un paio d'ore prima della lezione un piatto di pasta, riso, cous cous con un filo d'olio evo sarà un'ottima carica per il vostro motore. Oppure frutta o miele poco prima, placherà il vostro appetito e bilancerà i livelli glicemici nel sangue. Durante l'allenamento bere acqua o

una buona bevanda isotonica risulterà la soluzione ottimale per far fronte ad una perdita dell'equilibrio idrico e salino. Nel post workout, come capita anche ai migliori bodybuilder, rispondere alla fame con un buon pasto proteico. Magari una porzione di pollo o tacchino con 4/5 mandorle a rendere il tutto anche ricco di Omega 3 ed Omega 6.

Integrazione

Non sempre sarà facile reperire certi cibi; ma visto che viviamo nell'epoca in cui ogni tipo di zucchero, proteina e grasso si possono trovare sotto forma di barrette e polveri magari una soluzione c'è! Un pre-workout ricco di carboidrati e aminoacidi essenziali di buona qualità e dal quale attingere energie. Una bevanda isotonica, ricca di sali cloruri e zuccheri oppure una bustina di magnesio e potassio da diluire in acqua con l'aggiunta di un bel cucchiaino di miele e maltodestrine. Al termine dell'allenamento, la possibilità di reintegrare dallo sforzo con uno shaker proteico ed un buon succo di frutta. Ma, sia chiaro, il cibo non lo si sostituisce con nessun integratore. L'alimentazione è alla base della nostra salute psico-fisica.

Fabrizio Ferri

ALIMENTAZIONE & FUNCTIONAL WORKOUT

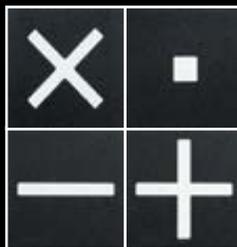
Incrementare massa magra	Tonificazione e Mantenimento	Perdere Massa Grassa
Allenamento 2/3 volte la settimana. Functional-Building 75-90% del proprio potenziale. Inserire nei workout pause di almeno 2' al termine di ogni ciclo ad alta intensità. Elevate performance.	Allenamento 2/3 volte la settimana. Allenamento funzionale 65-75% del proprio potenziale con Interval Training sviluppando rapidità e attività cardiovascolare 70-80% FcMax.	Allenamento 3-4 volte la settimana. Lavorare al 60-65% del proprio potenziale ed Interval Training 65-75% FcMax per tempi non inferiori ai 10' di CardioAerobica.

FABBISOGNO CALORICO DI MACRO E MICRONUTRIENTI

Dieta Ipercalorica	Equilibrio Totale + Pro	Dieta Ipcalorica
110-120% incrementando proteine e carboidrati	rispettare la richiesta energetica in base al proprio peso	abbassare la richiesta energetica al 70%
Carboidrati 50-55%	Carboidrati 45-50%	Carboidrati "rimanenza calorica"
Grassi 20-25%	Grassi 20-25%	Grassi 20-25%
Proteine da 1,5 a 2,4 g per chilo di peso corporeo	Proteine da 1 a 1,5 g per chilo corporeo	Proteine da 1 a 1,5 g pro/Kg

Fondamentale, in tutti i casi, è l'apporto di liquidi e vitamine. Bere almeno 1,5-2 lt di acqua al giorno per evitare il fenomeno disidratante. Utilizzare bevande isotoniche, che mantengano inalterato il proprio equilibrio salino. Mangiare molta frutta e verdura.

DoTile[®] fit TRAINING ZONE



Trasforma la pavimentazione in un nuovo attrezzo indispensabile per il tuo allenamento funzionale!



DoTile[®] Fit TRAINING ZONE è la **superficie modulare** che ti permette di creare **circuiti personalizzati** per il tuo **allenamento funzionale!**

scopri-la su:
www.dotile.it

Crea la TRAINING ZONE adatta alle tue esigenze! contattaci: fit@dotile.it



via le Canevare 50 - 31100 Treviso (TV)
www.dotile.it - fit@dotile.it - +39 0422 267010



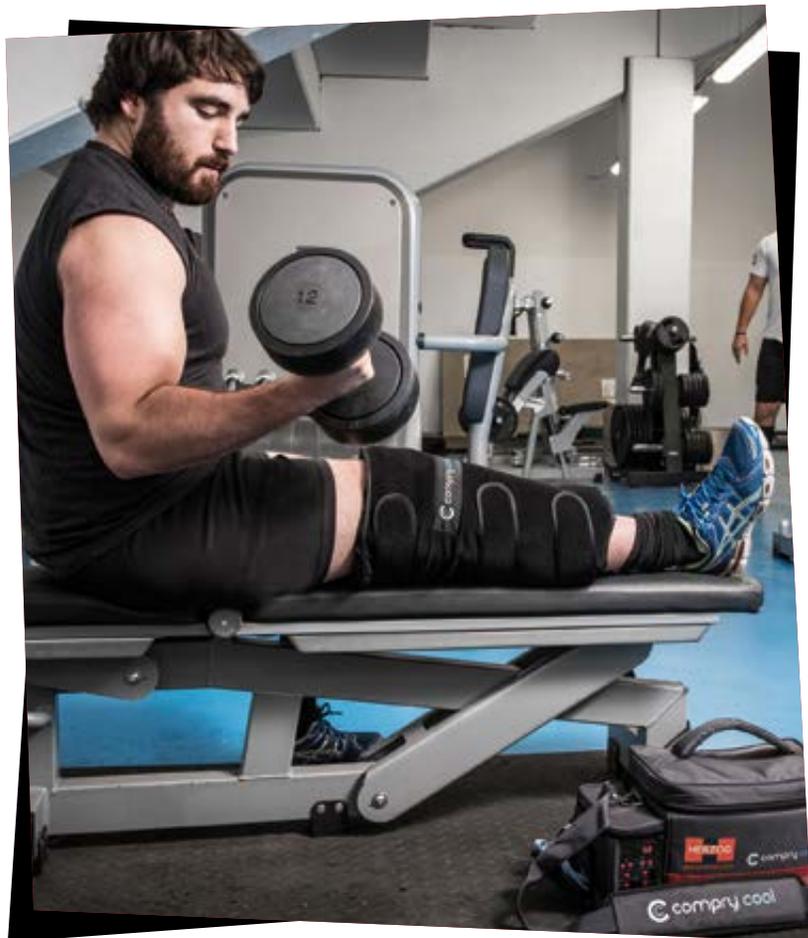
seguì la nostra pagina:



Dotile Fit facebook.com/dotilefit

COMPRY COOL

UN INNOVATIVO SISTEMA DI TERAPIA CONTRO IL DOLORE



Distribuito in Italia da Recovery Store, Compry Cool esiste già da molti anni nel nord Europa. Abbiamo rivolto alcune domande ai distributori italiani del prodotto.

Perché credete in questo prodotto e avete deciso di portarlo da noi?

Quando si verifica un infortunio o dopo un intervento chirurgico il primo pensiero va ad una pronta e veloce guarigione. La principale differenza tra il Compry Cool e il metodo tradizionale della borsa del ghiaccio, ovvero R.I.C.E (Rest, Ice, Compress, Elevate) è che con Compry Cool gli atleti possono recuperare più velocemente, grazie ai wrap ergonomici studiati appositamente per il corpo umano ed alla compressione, accelerando la guarigione dei tessuti danneggiati.

Qual è l'unicità del prodotto?

Il sistema Compry Cool sta rivoluzionando lo sport perché consente all'utente di utilizzarlo ovunque, in viaggio, a casa o anche a bordo campo grazie alla sua batteria portatile interna.

Ritenete che si possa diffondere anche nel circuito dei trainer e delle persone che frequentano le palestre?

Compry Cool è adatto a chiunque, dall'atleta professionista all'amatore. Da chi ha appena subito un intervento chirurgico o soffre di un'inflammatione cronica. A tutti purtroppo capitano infortuni, ma con Compry Cool puoi tornare alla tua attività sportiva preferita più velocemente.

Compry Cool è un rivoluzionario sistema di crioterapia e compressione che fornisce l'ultima innovazione per la riduzione del dolore, trattamento di traumi o lesioni e la riabilitazione post operatoria. È un prodotto unico nel suo genere perché può essere usato anche con acqua calda (fino a 50°C nella terapia di contrasto caldo/freddo). Inoltre è il **sistema di compressione più portatile al mondo**: pesa appena 2,7 kg vuoto e 5 kg quando utilizzato con acqua e ghiaccio. Ci sono **varie modalità d'uso diversificando la terapia secondo le necessità**. Nello specifico, può essere utilizzata una pressione costante per fermare il gonfiore oppure una pressione ad intermittenza per ridurre il gonfiore con tre opzioni di pressione da 15mm hg a 75mm hg.

Dal Web

www.recoverystore.it/
facebook.com/recoverystore
twitter.com/recoverystore
instagram.com/recoverystore





OLTRE ALL'ENERGIA E COMPETENZA DEI TUOI TRAINER



CERCHI QUALITA', VARIETA' ED INNOVAZIONE
PER GLI ALLENAMENTI OFFERTI NEL TUO CLUB?



Appuntamento a **RIMINIWELLNESS 2015**
dal 28 al 31 MAGGIO **PADIGLIONE D2**

Sporttop Srl. Via Dante 270/A - 60044 Fabriano (AN)
Tel +39 0732 3920 E-Mail: info@sporttop.it

Sellfit Srl. Via Madon, 11 - 12080 Vicoforte (Cn)
Tel. +39 0174.563782 E-mail: info@sellfit.com

LO STIRFIT®

L'ALLENAMENTO SEMPLICE E COMPLETO



**Un allenamento
che non prevede
l'utilizzo di
esercizi ginnici**

Lo STIRFIT® è un nuovo metodo di allenamento basato sulla mescolanza di esercizi fisici a corpo libero, finalizzati al miglioramento della postura e della forza muscolare globale.

Con l'allenamento STIRFIT® si possono fare grandi lezioni: piacevoli e di successo e soprattutto rivolte ad una clientela davvero eterogenea.

Nasce non più di un anno fa per la necessità di creare una disciplina "completa" capace di:

- migliorare la postura
- aumentare la forza muscolare
- aumentare il consumo di calorie
- creare un confronto sportivo vivace e divertente
- proporre un programma di allenamento sempre nuovo

Intervista ai Master Monia Petrizzelli e Gilleandro Barbosa Dos Santos

Qual è l'unicità di questa disciplina?

Con lo STIRFIT® il variegato pubblico dei nostri iscritti viene accontentato perché grazie alla sua trasversalità sia di sesso che di età, nonché al connubio reale tra i saperi e le conoscenze di più discipline sportive si lavora al miglioramento della postura e del tono muscolare.

Come si svolge una lezione tipo?

Nello STIRFIT® non si prevedono attrezzi ginnici: tutti gli esercizi sono a corpo libero e a carico naturale mantenendo una postura corretta. Apparentemente questo tipo di attività

Sellfit®

prodotti e idee per il fitness



Appuntamento a **RIMINIWELLNESS**
dal 28 al 31 MAGGIO **PADIGLIONE D2**



escape



DISTRIBUTORE ESCLUSIVO



sveltus

WWW.SELLFIT.COM

Via Madon, 11 - 12080 Vicoforte (Cn) - Italy - Fax (+39) 0174 565828 Tel (+39) 0174 563782

GLI IDEATORI



Monia Petrizzelli

Personal Trainer
Allenatrice di Atletica Leggera
Si occupa di Fisiokinesi e Posturologia
Insegna Ginnastica Posturale al centro sportivo Matrix e pratica la sua professione presso il Centro Ozono terapia del Dr. Paolo Bambini a Genzano di Roma

Gilleandro Barbosa Dos Santos

Contra Maestre di Copoeira
Personal Trainer
Si occupa di recupero Funzionale e forza Muscolare Globale.
Svolge la sua attività al centro sportivo Matrix e pratica la sua professione presso il Centro Ozono terapia del Dr. Paolo Bambini a Genzano di Roma

Stir Fit® è un nuovo metodo di allenamento a corpo libero, per migliorare postura e tono muscolare

potrebbe risultare difficile e faticosa ma non appena i nostri utenti avranno imparato ad avere un buon autocontrollo tutto diventerà più piacevole ed efficace.

L'allenamento che ha una durata di circa 50 minuti prevede un lavoro alternato al fine di creare equilibrio e sinergia tra postura e forza muscolare. La lezione è strutturata in due parti, una posturale ed una caratterizzata da figure di forza. Nella parte posturale gli esercizi sono figure da otto tempi da ripetere 2/3 volte a seconda della difficoltà dell'esercizio proposto. Nelle figure di forza gli esercizi sia dinamici che statici possono essere conteggiati con un tempo più ampio: 10/20 secondi in base alla difficoltà dell'esercizio ripetendolo 2/3 volte con un recupero sempre attivo: la "GINGA" passo base della Capoeira.

Dove si pratica al momento lo STIRFIT®?

Attualmente abbiamo corsi nel Lazio, in Calabria e Sicilia.

Qual è il percorso necessario per diventare istruttore?

Energia, sinergia ed armonia sono il fulcro dello

STIRFIT® che, attraverso il movimento a corpo libero ti permette di raggiungere un benessere fisico e mentale superiore alle altre attività fisiche. Ogni istruttore sa capire cosa vogliono e dove possono arrivare i propri studenti motivandoli e dando loro la carica giusta.

Lo STIRFIT® incoraggia le persone ad uno stile di vita più sano, entusiasmandole e motivandole giorno dopo giorno. La formazione prevede una buona conoscenza della ginnastica posturale ed un corso di due giorni, insieme ad almeno tre masterclass durante un anno.

Quali sono le eventuali precauzioni da prendere prima di provare questa disciplina?

Non esistono precauzioni particolari poiché lo STIRFIT® si rivolge ad un pubblico vastissimo dai più giovani ai più anziani. Lo STIRFIT® permette di:

- 1) modificare il ritmo di esecuzione degli esercizi, aumentando la resistenza cardiovascolare
- 2) scegliere differenti tempi di recupero adottati tra una serie e l'altra
- 3) valutare il numero di ripetizioni svolte per esercizio al fine di aumentare la forza muscolare
- 4) lavorare attentamente sulla postura migliorando l'elasticità
- 5) mantenere sempre viva l'attenzione dell'allievo che sarà stimolato da un allenamento sempre innovativo.

L'allenamento allo STIRFIT® tende a migliorare la postura, ad aumentare la forza muscolare, a sviluppare la resistenza cardiovascolare, aumenta il consumo di calorie, migliorando l'elasticità e l'equilibrio.

Quali sono i progetti futuri legati a questa attività?

Stiamo lanciando lo STIRFIT® in Italia, Europa ed in Brasile. Per ora il nostro impegno è rivolto a questo progetto, con l'augurio di coinvolgere un vasto numero di utenti e di attività sportive.



Dal Web

Su YouTube: <https://www.youtube.com/watch?v=tcnW3ViExgY>
www.stirfit.it





un'IDEA Semplice
PER GRANDI RISULTATI

Versatile Colorato Divertente Low Cost Trasportabile

- PT
- Pilates
- Functional
- Preparazione atletica



Info su corsi e prodotto:
sidea@sideaita.it
Tel. 0547313298

ALLENAMENTO IN SOSPENSIONE: A CHE PUNTO SIAMO?



Un momento
di Anti Gravity Yoga

Quali sono i risultati raggiunti finora dall'allenamento in sospensione nel nostro paese? Quali gli obiettivi centrati e quali le difficoltà incontrate?

L'allenamento in sospensione ha rappresentato una rivoluzione nel mondo del fitness. L'idea di sfruttare la superficie del soffitto per allenarsi è stata una grande intuizione che ha permesso la nascita di tutta una serie di nuove modalità di workout.

Ma le potenzialità di questo innovativo sistema sono state sfruttate a pieno dal mercato italiano? Quanto è stato fatto dalle palestre per accogliere queste nuove strutture allenanti e quanto deve essere ancora fatto? Lo abbiamo chiesto a diversi operatori ed esperti di allenamento in sospensione che ci hanno offerto i loro interessanti contributi.

INTERVISTA MULTIPLA

Come hanno risposto le palestre, fino a questo momento, all'adozione di strutture ad hoc per prevedere al proprio interno l'allenamento in sospensione?

Risponde Sayonara Motta, Antigravity Master Educator and License for Europe

All'inizio era tutto diverso, si richiedeva ai centri

fitness associati una licenza mensile per ospitare il marchio e formare gli istruttori; oggi abbiamo cambiato politica e il nostro focus è il professionista, ovvero il trainer che ci rappresenta, ed è libero, dopo aver fatto la sua certificazione, di insegnare nei centri collegati a noi ma senza la richiesta o l'obbligo di pagare una licenza. Inoltre a livello strutturale anche questo è cambiato, prima i centri non avevano le sale pronte per l'attività ma oggi la maggioranza dei centri hanno una sala predisposta per le attività in sospensione e quelli che non l'hanno si appoggiano alla nostra consulenza indicando i nostri partners per la struttura in Italia come Queenax.

Risponde Romolo Angellotti - Educational and Product Department Queenax

Il nostro mercato è in costante crescita, grazie al nostro prodotto originale e brevettato, che è l'unico al mondo capace di non occupare spazio a terra nella configurazione Wall to Wall, garantito e certificato rispettando tutte le norme di sicurezza europee e americane.

Risponde Antonella Faleschini, ideatrice di Stark Bodyflying

Nessuna difficoltà. Le palestre colgono immediatamente l'opportunità, e la soluzione per il posizionamento degli attrezzi si trova facilmente, in quanto è prevista una soluzione per ogni esigenza interna. Inoltre è possibile in molti casi posizionare gli attrezzi a costo zero senza impegnare le sale.

Risponde Stefano Ermacora, socio e amministratore delegato Transatlantic Fitness Italia

Come sempre il mondo è diviso in due: quelli che sono seri e professionali, che sono preparati e attrezzati come si deve: iniziando con la formazione del personale nei metodi originali con corsi di formazione ufficiali, e ovviamente usando attacchi e strutture originali, adatti e certificati e dunque sicuri per la palestre e gli utenti; e gli altri che improvvisano e provano a risparmiare qualche euro facendo scelte che compromettono la qualità e la

sicurezza... A dire la verità, considerando la facilità e semplicità del concetto e soprattutto dell'ampia gamma di soluzioni d'attacco originali esistenti, anche non impegnative, qualsiasi struttura di fitness può essere facilmente preparata per il vero allenamento in sospensione e collaborare con un marchio di fama mondiale come TRX.

Risponde Damiano Trinca, inventore dello Zerogravity 981

Nel nostro caso, l'attrezzo che utilizziamo ha avuto un impatto positivo, ed è stato accolto dai più lungimiranti in modo favorevole e devo dire anche entusiasta. Quasi sempre se ne è compresa subito la potenzialità. Lo Zerogravity981 è un attrezzo apparentemente semplice ma con grandi vantaggi: dal ridotto spazio di occupazione, ai nuovi efficaci esercizi sviluppati appositamente. Ma per sfruttarlo bisogna essere preparati e seguire la formazione idonea presso la nostra sede. Comunque piace molto, come era ovvio. I limiti sono solo nella fantasia di chi deve gestire e organizzare questi spazi. Per chi come noi ne ha fatto una filosofia, una scuola, è stato un gioco da ragazzi e senza grandi investimenti strutturali.

Risponde Antonio Sgobbo, ideatore del Floating Workout®

Sulla base della mia esperienza personale, sia come istruttore, sia come gestore di un centro fitness, ritengo che l'allenamento in sospensione non abbia ancora raggiunto un livello di diffusione adeguato alle sue potenzialità, e questo per due motivazioni principali:

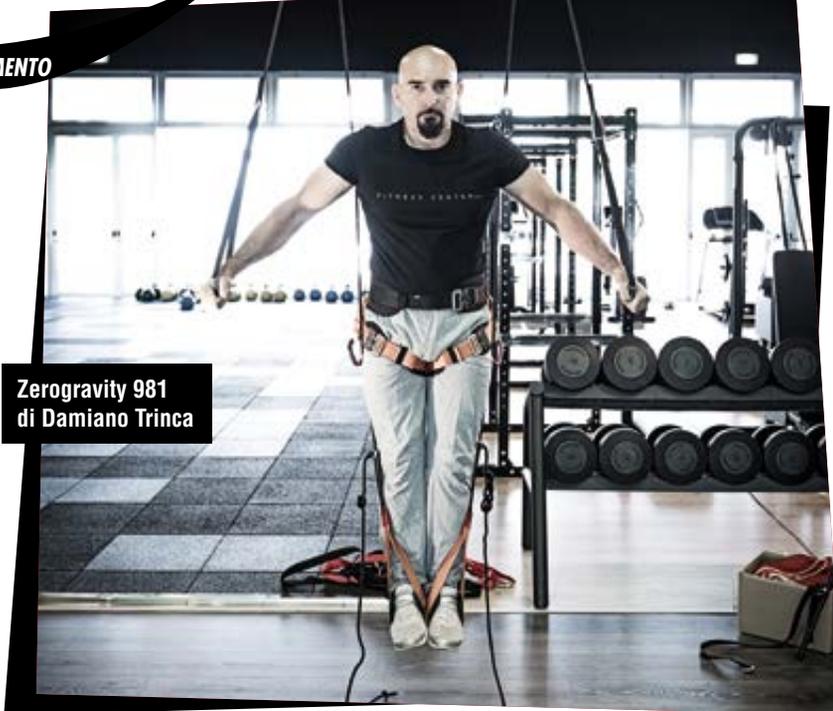
- 1) molte aziende produttrici di questi sistemi allenanti impongono l'utilizzo di strutture ingombranti e costose alle quali agganciare le cinghie
- 2) mancano o scarseggiano validi corsi di formazione per istruttori qualificati per l'utilizzo dei suddetti sistemi.

Quali sono i principali punti di forza dell'allenamento in sospensione? Perché converrebbe ai gestori prevedere questi sistemi di allenamento nei loro club?

Risponde Sayonara Motta, Antigravity Master Educator and License for Europe

AntiGravity Yoga arriva dalla fusione di differenti attività quali: la ginnastica, la danza, il pilates, la calistenica, il girokinesis, un buon 60 % dallo yoga. Così ogni frequentatore di AntiGravity Yoga proprio durante la pratica di differenti moduli può rivivere quelle emozioni e sensazioni conosciute negli sport precedenti (adrenalina, rilassatezza, gioia, allegria...) che viveva attraverso sensazioni di forza, eleganza, agilità, controllo... e proprio nel rivivere ciò che più gli piaceva, si fidelizza a questa nuova attività. Questo è il nostro punto di forza. Inoltre si

Zerogravity 981 di Damiano Trinca



lavora con movimenti in 4D, ovvero sfruttando le quattro dimensioni del movimento esplorando larghezza, lunghezza, profondità e circonferenza. Converrebbe ai gestori perché oltre ai benefici psicofisici di questa disciplina, a livello commerciale l'investimento si ammortizza in tempi brevi, visto la grande ricerca oggi sul mercato, oltre a portare un'attività unica nel suo genere.

Risponde Romolo Angellotti - Educational and Product Department Queenax

L'allenamento funzionale in sospensione consente di sfruttare il proprio peso corporeo per creare il sovraccarico allenante e lavorare contro la forza di gravità, producendo una forma di training molto naturale. Alcune metodologie tipo l'Antigravity Yoga praticato attraverso l'utilizzo di amache in tessuto

L'allenamento in sospensione ha tante potenzialità ancora inesprese e diversi campi di applicazione



Esempi di allenamento con il TRX



In azione
con Stark Body Flying



tecnico e il nuovissimo UFO praticato con una tavola in completa sospensione consentono di coinvolgere in maniera massiccia oltre che l'apparato scheletrico e muscolare anche il cervello. Questo nuovo trend oramai sbarcato anche in Italia attrarrà sempre di più gli utenti dei club fitness, un'attività molto fidelizzante che ogni oculato gestore di club dovrebbe prevedere e incentivare nella propria struttura.

Risponde Antonella Faleschini, ideatrice di Stark Bodyflying

I corsi Stark Bodyflying hanno sempre il sold-out. Forza, elasticità, sudore, salute, benessere, musica e divertimento sono una formula vincente. Il binomio forte della Stark è: Formazione Docenti di alto livello e il Body Fly attrezzo, un prodotto di eccellenza creato con il tessuto del paracadute disponibile in tantissime combinazioni di colori per personalizzare il proprio club. Dotato di una fascia centrale e tre manopole laterali per parte che permettono di eseguire una serie infinita di esercizi. I workout possono essere indirizzati a tutti gli utenti. Oltre al Bodyflying ci sono corsi di specializzazione Bodyflying functional, pilates, yoga, danza, kids, acrobatica (redatti da specialisti di massimo livello, docenti dell'Accademia della Scala di Milano per la danza, o istruttori di pilates di fama internazionale) diventando il top per un allenamento dai risultati concreti e in breve tempo.

Risponde Stefano Ermacora, socio e amministratore delegato Transatlantic Fitness Italia

Il punto di forza del TRX è legato al concetto di

allenamento funzionale, un allenamento dove tutto il corpo viene allenato in ogni esercizio ed il core è sempre attivato. Coinvolgendo tutto il corpo, il TRX crea una sinergia migliore nei movimenti con riduzione del rischio di infortuni e miglioramento della performance. Bastano 25 minuti per un allenamento completo che può essere eseguito in ogni posto, per ogni livello e per ogni obiettivo. Un altro punto di forza è dato dalla comunità TRX, riconosciuta in tutto il mondo con centinaia di trainer certificati nel territorio italiano che garantiscono la giusta applicazione dei metodi e degli esercizi sviluppati. Ci sono centinaia di esercizi che lo rendono il metodo e attrezzo più completo e meno caro del mercato.

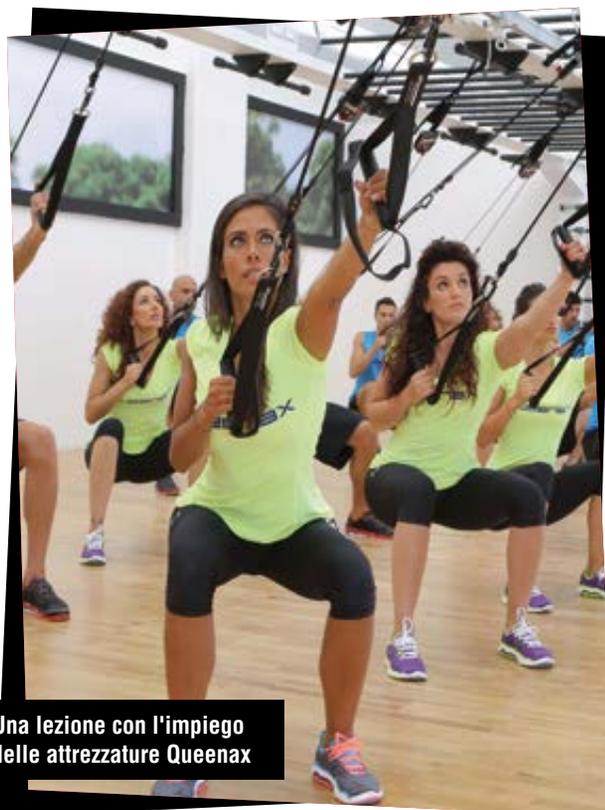
Risponde Damiano Trinca, inventore dello Zerogravity 981

L'allenamento in sospensione consiste in un vasto gruppo di movimenti unici e di programmi di allenamento codificati per questa specifica attività. Questi esercizi si caratterizzano per il fatto che il corpo è in sospensione completa e ciò permette di caricare sulla parte del corpo che si vuole allenare la percentuale desiderata di peso corporeo. L'allenamento in sospensione è utile per il riallineamento posturale e la correzione delle asimmetrie. Tutta la muscolatura lavora in sinergia permettendo recupero e ottime performance in breve tempo. Di questo stiamo raccogliendo un'ampia e positiva casistica. I punti di ancoraggio forniscono la miscela ideale di sostegno e mobilità

**L'allenamento
in sospensione
consente
una forma di
training molto
naturale**

Dal Web

Vuoi scrivere un commento su questo articolo? Collegati al sito www.lapalestra.net/archivio-articoli/



Una lezione con l'impiego
delle attrezzature Queenax

DANSYNG®

FITNESS IN CONCERT



SPORT EVENTS,
UNICO SOGGETTO AUTORIZZATO WORLDWIDE ALLA FORMAZIONE, PRESENTA:

VUOI DIVENTARE

DANSYNG® COACH?

DANCE + SING = DANSYNG®: LA NUOVA FRONTIERA DEL FITNESS 2.0

I guru internazionali del fitness Paolo e Giulio Evangelista presentano un innovativo programma di allenamento che unisce all'aspetto fisico l'energia e il divertimento di un concerto POP! Partecipa ai corsi Start-Up e diventa Coach ufficiale, per insegnare DANSYNG® e portare tutta la sua energia nella tua palestra.

SEI UN INSEGNANTE DI FITNESS?

Diventa un DANSYNG® Coach iscrivendoti alla DANSYNG® COACH ACADEMY e scopri le nuove opportunità professionali che ti si apriranno. Preparati ad allenarti a squarciagola.

SEI UN TITOLARE DI UN CENTRO SPORTIVO?

DANSYNG® è pronto ad entrare nella tua palestra. Informati su come diventare un centro DANSYNG®.

**PREPARATI A TRASMETTERE
TUTTA L'ENERGIA DEL
DANSYNG®.**

**TORINO:
29 MARZO**

**ROMA:
12 APRILE**

**SCOPRI COME SU
WWW.DANSYNG.COM**



FREDDY



Avvitamento in sospensione con il Floating Workout

Affinché il metodo si diffonda maggiormente nelle palestre è necessaria un'adeguata formazione degli istruttori

per allenare la forza, la resistenza, la coordinazione, la flessibilità, il potenziamento e la stabilità del "core". Lo Zerogravity981 permette di allenare tutto il corpo mantenendo l'utilizzatore in sospensione completa in modo che i passaggi da un esercizio all'altro possano essere eseguiti in via del tutto aerea. Il vantaggio dell'uso di un sistema di allenamento come il nostro sta nel risparmio di soldi e spazio e il guadagno rappresentato dalla grande potenzialità, anche commerciale, che può esprimere. Il nome del nostro attrezzo è la chiave di questa potenzialità, Zerogravity981 sta per 9 configurazioni, 8 esercizi fondamentali in 1 unico attrezzo... e molto altro ancora.

Risponde Antonio Sgobbo, ideatore del Floating Workout®

Un istruttore dotato di una formazione adeguata, pertanto abile e competente, sarebbe in grado di sfruttare la versatilità di un attrezzo così semplice, fornendo programmi allenanti di ogni genere: dalla preparazione atletica personalizzata, al workout di gruppo, dalla rieducazione motoria, al pilates, allo yoga in sospensione. Detto ciò, penso che il mondo dell'allenamento in sospensione offra maggiori potenzialità rispetto a quelle finora sfruttate.

Quali sono i punti deboli riscontrati finora?

Risponde Sayonara Motta, AntigraVity Master Educator and License for Europe

L'improvvisazione... Il punto debole oggi è la nostra costante lotta contro i centri e le scuole che non hanno un background tecnico per sviluppare questa disciplina e improvvisano corsi e docenti utilizzando il nostro marchio senza autorizzazione.

Speriamo che l'informazione possa arrivare a più gente possibile e che gli utenti possano cercare sempre professionisti certificati seriamente con capacità per trasmettere i concetti e la nostra tecnica in totale sicurezza.

Risponde Romolo Angellotti - Educational and Product Department Queenax

La formazione dei trainer è il punto debole che spesso abbiamo riscontrato. Molti si improvvisano istruttori di queste metodologie, non frequentano i corsi di formazione, oppure quelli formati non seguono gli aggiornamenti. La professionalità del singolo trainer è alla base del successo di questo tipo di allenamento.

Risponde Antonella Faleschini, ideatrice di Stark Bodyflying

Il nostro unico limite è che abbiamo più utenti che istruttori e ne siamo sempre alla ricerca in tutta Italia. La nostra scuola di formazione, fiore all'occhiello di Stark, spazia dall'insegnamento del metodo, ai corsi sulla comunicazione e motivazione fino ai corsi commerciali inerenti al progetto stesso che spazia e va oltre al fine unico di diventare istruttore certificato Stark, moltiplicando le possibilità di realizzazione personale. Crediamo fermamente nella qualità e competenza che nasce solo da un percorso formativo d'eccellenza.

Risponde Stefano Ermacora, socio e amministratore delegato Transatlantic Fitness Italia

La proliferazione di copie e contraffazioni pericolose, che oltre a essere spesso di scarsa qualità, non offrono né alle palestre né all'utente contenuti o soluzioni adeguate.

Risponde Damiano Trinca, inventore dello Zerogravity 981

Rispetto all'allenamento solo punti forti utilizzando il metodo. Per quanto riguarda l'aspetto commerciale dobbiamo avere un po' di pazienza finché anche nella nostra vecchia Italia questi tipi di allenamento si diffondano.

Risponde Antonio Sgobbo, ideatore del Floating Workout®

Un gestore che debba scegliere di avvalersi di sistemi di allenamento in sospensione, spesso si trova di fronte alla necessità di allestire una sala con "gabbie" e/o strutture metalliche ingombranti che, oltre ad avere un costo rilevante, non consentirebbero di utilizzare la stessa sala per altre discipline. Invece un sistema in sospensione che necessiti del solo aggancio al soffitto consentirebbe di avere a disposizione la stessa sala anche per le altre attività che non necessitano delle cinghie.

Intervista a cura di Francesca Tamberlani

Dal Web

Vuoi scrivere un commento su questo articolo?

Collegati al sito www.lapalestra.net/archivio-articoli/



THE ORIGINAL

IS ALWAYS THE ONLY ONE



www.jumping-fitness.it

L'UNICO TRAMPOLINO
NATO PER USO
PROFESSIONALE



Jumping[®]
since 2001

www.jumping-fitness.com

italy@jumping-fitness.com

28. - 31. 5. 2015
PAD. C5
INTERNATIONAL STAGE



RiminiWellness[®]

COSMETICO TESSILE **BIOLAB**



Un sistema di idratazione innovativo che agisce tutto il giorno e, in più, favorisce lo snellimento

Il cosmetico tessile Biolab è un capo da indossare realizzato in uno speciale tessuto di cotone certificato (il cotone certificato Oeko Tex garantisce la totale assenza di utilizzo di sostanze vietate, certificate presso il centro di cosmetologia dell'Università di Ferrara). È traspirante e consente di veicolare principi attivi cosmetici legandoli alle fibre tessili degli indumenti a diretto contatto con la pelle.

Come funziona

I principi attivi sono contenuti all'interno delle micro sfere spruzzate sul tessuto. A contatto con la pelle le micro sfere rilasciano gli attivi. Gli attivi vengono assorbiti agendo in profondità (rassodanti, snellenti, idratanti).

I principi attivi BIOLAB sono naturali, di origine vegetale, senza parabeni (gli unici applicabili a tessuti in pochi secondi con comodo spray per garantire un'applicazione localizzata ed efficace).

La differenza rispetto a una normale crema idratante sta nella disponibilità percutanea all'assorbimento. Il lento rilascio del principio attivo consente una modulata e costante capacità di penetrazione nel derma.

Perché scegliere il cosmetotessile Biolab?

- L'ottimale assorbimento degli attivi avviene per lento rilascio e solo una fibra di cotone

certificato può convivere a lungo con la pelle lasciandola traspirare.

- Il cosmetotessile Biolab consente di migliorare efficacemente gli inestetismi nelle varie zone del corpo.

- Il cotone Biolab ha una funzione termoregolatrice della temperatura corporea e aiuta in tutte le stagioni.

- È l'unico cosmetotessile RICARICABILE in pochi secondi con uno spray.

- Contrasta cellulite, invecchiamento, secchezza della pelle e formazione di liquidi.

- Riduce fianchi, glutei, cosce e pancia.

- Migliora elasticità, idratazione, tonicità, levigatezza cutanea.

Gli indumenti Biolab tra cui scegliere

BIO SHIRT: la nuova maglia in cotone naturale aderisce come una seconda pelle al corpo e funge da termoregolatore.

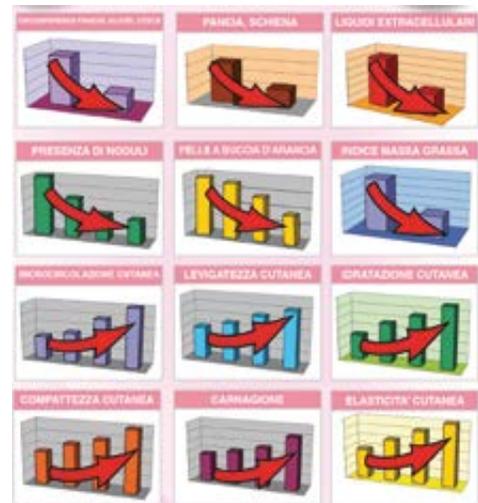
BIO LEGGINGS: il nuovo pantalone che ridisegna la silhouette.

LEGGINGS COMPRESSION: effettua una graduale compressione dalle caviglie verso le gambe contribuendo al miglioramento del microcircolo.

LEGGINGS SOFT: leggerissimo ed estremamente confortevole.

PINOCCHIETTO COMPRESSION: ha un effetto push-up.

BENVENUTI NEL FUTURO.



Dal Web

Trovate tanti altri materiali per approfondire su:
www.biolabcottonsystem.com





NonSoloFitness®

www.nonsolofitness.it

NonSoloFitness organizza corsi di formazione in tutta Italia!

Oltre 40 certificazioni disponibili. Corsi per: Personal Trainer, Istruttori, Pilates, Body Building, Preparatore Atletico e Sportivo, Ginnastica Posturale, Istruttore Aerobica e Step, Acquagym, Allenamento Funzionale e tanti altri...

Corsi di formazione per il fitness

Quota di partecipazione ai corsi: **199,00 €**

Alla quota di partecipazione sono da aggiungere 45,00 € di quota associativa, da versare una sola volta e senza obbligo di rinnovo.

Tutti i corsi sono riconosciuti da **FIEFS** e **AICS, ENTI RICONOSCIUTI DAL CONI**, e comprendono: kit didattico, attestato, libri di testo, accesso all'area riservata con video e slide, assicurazione, inserimento nella Banca lavoro del fitness.



Siamo presenti in oltre 16 città:



Per info e iscrizioni www.infocorsi.com - tel. 06.93377230

Inserendo il codice LAPALESTRA50 nel modulo di iscrizione riceverai un utile omaggio!

LO SPORT COME FORMA DI INCLUSIONE



La cooperativa progetto Filippide Lombardia onlus porta avanti attività a favore di bambini e ragazzi diversamente abili che ruotano intorno allo sport

Proprio nel quartiere in cui c'è la sede della rivista La Palestra, sorge una cooperativa sociale che da diversi anni si occupa di progetti di inclusione sociale per bambini e ragazzi diversamente abili. Molti di questi, ruotano intorno allo sport. Abbiamo intervistato la presidentessa, Monica Lo Dato, per farci raccontare le caratteristiche della loro organizzazione e le lodevoli finalità che si prefigge.

Quando è nata e quali sono le attività principali della cooperativa?

La cooperativa progetto Filippide Lombardia onlus nasce ufficialmente nel novembre 2011 a Cassina de' Pecchi – interland di Milano – territorio della Martesana, ma la sua creazione ha inizio molto tempo prima con la fondazione dell'ass. Raggio di Luce, un'associazione di genitori che nel 2005 parte con una serie di progetti di inclusione sociale proprio per bambini e giovanissimi disabili. Le attività e i progetti realizzati vanno tutti in un'unica direzione: inclusione, socializzazione e strutturazione di nuove idee che possano colmare il deficit progettuale delle istituzioni nell'età più critica l'adolescenza.

Quali programmi, in particolare, riguardano l'ambito sportivo?

Il progetto Filippide sport autismo e malattie rare, da cui prende il nome la cooperativa, è il progetto

più socialmente inclusivo che oggi possiamo offrire a tutti quei bambini e adolescenti con disabilità intellettiva e relazionale. Il progetto nato a Roma dal dott. Nicola Pintus e riconosciuto dal Coni e dal Cip come benemerita, conta circa 40 atleti che vanno dai 9 anni ai 27. Intorno al progetto siamo riusciti a sviluppare non solo la parte sportiva ma anche tutta la parte del volontariato, coinvolgendo ben 27 atleti normodotati alcuni dei quali con la stessa età degli atleti disabili. Insieme condividono gli allenamenti e le gare costituendo così tutti insieme LA SQUADRA FILIPPIDE.

Potete descriverci caratteristiche e finalità?

Il progetto porta avanti due specialità sportive: la corsa e il nuoto. Il nuoto come strumento propedeutico alla corsa, la corsa come mezzo per eccellenza di inclusione essendo sia sport che educazione. La partecipazione a gare, anche non agonistiche, permette agli atleti disabili di raggiungere ottimi risultati sia da un punto di vista di squadra sia di inclusione con gruppi di atleti normodotati. Partiamo così non dal deficit ma dall'abilità che ogni ragazzo ha in sé: camminare. Le gare sono quindi in contesti normalizzanti e ciò ci permette di lavorare sulle autonomie, sul gruppo, sull'autostima e l'autodeterminazione.

Quali servizi portate avanti?

Oltre allo sport, abbiamo attivato percorsi laboratoriali dove il benessere psicofisico e il mantenimento delle abilità cognitive e di relazione sono al primo posto, un centro socio educativo sempre per minori, una ludoteca il sabato pomeriggio intesa come luogo di aggregazione e di incontro, un piccolo centro terapeutico e di sostegno alla genitorialità e l'accompagnamento dalle scuole medie alle scuole superiori.

Chi sono i vostri utenti principali?

Per primi sono i minori, gli adolescenti e i giovani adulti disabili ma nell'aiutare e sostenere loro accompagniamo anche i loro genitori, i fratelli.

Qual è il vostro sogno?

Il nostro sogno è che le istituzioni, sia locali che regionali, si rendano conto della nostra progettazione e sostengano questa modalità finanziandola e rendendola gratuita per le famiglie che ad oggi, invece, devono da sole sostenere il costo di ciò che dovrebbe essere un diritto.

Dal Web

Per informazioni:

<http://progettofilippidelombardia.com>





PROGETTO FILIPPIDE

LOMBARDIA

La Casa di Filippide è:

- un CENTRO PILOTA per il progetto educativo-sportivo Filippide
- un CENTRO di PRESA IN CARICO PSICO-EDUCATIVA per minori, adolescenti e giovani adulti con disabilità, avviando progettualità personalizzate e miste tra i loro mondi vitali, sito a Cassina de' Pecchi (Mi) in via Trieste 3/c.



L'idea di aprire la Casa di Filippide

Gestita dalla Cooperativa Sociale onlus, Progetto Filippide Lombardia è nata dai genitori dell'associazione "Raggio di Luce" onlus, impegnata nella progettazione e promozione di servizi di inclusione sociale per minori con disabilità, che ha ritenuto opportuno ed indispensabile iniziare ad interrogarsi non solo sul presente ma anche sul futuro dei propri figli con disabilità e in età evolutiva.

Per fare questo l'Associazione si è rivolta ad un team professionale, esperto nelle disabilità cognitive, neurologiche e motorie per co-fondare la cooperativa Progetto Filippide Lombardia, aperta dal 15 Novembre 2011 a Cassina de' Pecchi.

Nella Casa di Filippide

I soci e il territorio potranno usufruire di una serie di progetti diurni, per il tempo libero, lo sport, la socializzazione e l'inclusione sociale, in modo da rispondere ai bisogni di utenti con età e realtà socio-sanitarie differenziate, in un'ottica di valorizzazione delle potenzialità dei singoli ragazzi, nel rispetto dei percorsi di vita sociali ed inclusivi. Il nostro nome arriva direttamente dal progetto educativo-sportivo Filippide: Filippide è stato il primo maratone-ta della storia. Potete trovare altre informazioni visitando il sito <http://progettofilippidelombardia.com>

LA PALESTRA

LA RIVISTA TECNICA PER ESSERE SEMPRE INFORMATI SULLE TENDENZE DEL MERCATO

Organizza una raccolta fondi a sostegno del Progetto Filippide

Una percentuale del 10% del ricavato pubblicitario sui numeri di marzo/aprile, maggio/giugno, luglio/agosto, sarà devoluta all'associazione.

In occasione della nostra partecipazione a RiminiWellness dal 28 al 31 maggio 2015, presso il nostro stand, verranno distribuiti gadget ad offerta libera. L'intero ricavato sarà devoluto al Progetto Filippide.

FRUTTA E VERDURA DA BERE



Esiste un grande movimento di interesse attorno alla conoscenza, all'uso e alle proprietà legate all'uso di succhi, spremute e centrifugati. Quali sono le loro differenze?

Dal Web

Vuoi scrivere un commento su questo articolo?

Collegati al sito

www.lapalestra.net/archivio-articoli/



Iniziando a fare una distinzione, occorre dire che il succo di frutta al 100% è ottenuto per spremitura diretta del frutto sano e maturo. Si chiama anche "diretto" o "puro". Non contiene acqua aggiunta, né zucchero, né altri additivi. Con zucchero aggiunto sino all'1,5% il prodotto è ancora succo di frutta, ma al posto della dicitura 100% si indica "zuccherato" o "con aggiunta di zuccheri". Abbiamo poi i concentrati che si ottengono mediante evaporazione sotto vuoto o mediante congelamento; il contenuto di zucchero di tali succhi è intorno al 65%. Gli **sciropi** sono i succhi di frutta stabilizzati ai fini della conservabilità, con aggiunta di zucchero al 60-70%. Il **nettare** si ottiene invece da purea o polpa di frutta (25-45%) che, dopo essere stata filtrata e centrifugata, viene diluita in acqua e addizionata di zucchero (o dolcificanti) e solitamente vitamina C. A differenza dei succhi di frutta freschi, i **nettari di frutta hanno maggior contenuto energetico ma minore contenuto vitaminico e minerale**.

Una nota va fatta sulle **bibite analcoliche alla frutta** (dette anche bevande "piatte"), esempio lo sono le aranciate, le limonate e simili, che contengono soltanto il 12% di succo di frutta. Possono essere addizionate di saccarosio o edulcorate con dolcificanti di sintesi.

Recentemente si era proposto di aumentare tale % al 20, ma purtroppo tale incremento non è stato accettato dal governo che ha esaminato la proposta.

Differenze tra centrifugatori ed estrattori

Rispetto alla media degli europei, gli italiani consumano meno succhi di frutta. Il consumo sta comunque crescendo ma siamo ancora lontani dai 40 litri annui pro capite della Germania. Quanto scritto fino ad ora è la realtà commerciale ma, come premesso, si diffonde sempre più (con una forte spinta iniziale da parte dei giapponesi e popoli asiatici) la **voglia e la necessità di farsi da soli in casa degli "estratti" di frutta e/o verdura**. Queste bevande sono apprezzate per il loro gusto e risultano utili per depurare l'organismo e per arricchire la propria alimentazione di vitamine e sali minerali. Grazie a tutta una serie di valenze (vere o presunte) i succhi, centrifugati e similari, si diffondono sempre più anche in Europa, questo anche grazie a varie tendenze salutiste o crudiste. Per ottenere questi "estratti" si possono utilizzare dai cari vecchi "**frullatori**" fino alle **centrifughe** e ai più recenti **estrattori**. Il **regime di rotazione**, e quindi il numero di giri, è uno dei fondamentali elementi di differenza fra le varie tecnologie; infatti

World Pilates® srl produce attrezzi 
Pilates unendo tradizione e innovazione



World Pilates® asd affiliata CSEN, tiene
corsi di formazione per istruttori Pilates



C.S.E.N.: ente di promozione
sportiva riconosciuto dal
C.O.N.I. e dal MINISTERO dell'
INTERNO



WORLD PILATES® S.R.L. 

tel. +39 0239432502 cell. +39 3357682562 info@worldpilates.it - www.worldpilates.it

MIX DI FRUTTA E VERDURA CONSIGLIATI

In base all'abbinamento fra i tipi di frutta o frutta/verdura si possono ottenere dei mix orientati a varie finalità. Esempio: per l'intestino, un mix di cocomero con ciliegia, fragole e kiwi. Per la depurazione renale, asparagi con pomodoro con aggiunta di pepe di cayenna. Per il gonfiore addominale, usare finocchio con un poco di mela e l'aggiunta di una parte di Dente di Leone (tarassaco). Per la gastrite, usare cavolo verde e rosso con un poco di mela. Per reidratarsi usare cetrioli e foglie di menta. Per effetto depurativo, ananas con cavolo e limone. Un altro mix depurativo con mela, carota, sedano e zenzero. Come energizzante, ananas, cocco e banana. Per calmare la fame, magari da usare prima dei pasti, sedano, carote, mele. Per acido folico e ferro, rapa rossa, prezzemolo, spinaci, carote, mela. Le possibilità sono davvero infinite e hanno dato vita ad un ricco mercato anche di testi librari che trattano diffusamente i vari abbinamenti e le proporzioni fra i componenti. Certamente occorre poi un minimo di esperienza per "personalizzare" ogni composizione non solo in base alla finalità ma anche al gusto che ciascuno può ritoccare. L'introduzione nei centrifugati delle spezie e dell'erboristeria dona certamente delle proprietà aggiuntive a tutte le prerogative che già si possono trovare nella frutta e verdura.

Centrifugatori, estrattori, frullatori... qual è il modo migliore di assumere la frutta da bere?

le centrifughe registrano anche oltre i 10.000 giri al minuto mentre i cosiddetti estrattori hanno giri persino inferiori a 100. Nella centrifuga c'è una lama che ruota spingendo il succo verso l'esterno e trattenendo, tramite un solo filtro, il cosiddetto "scarto" rappresentato dalla parte fibrosa della frutta o verdura. Le considerazioni che molti fanno riguarda però il fatto che la lama lavorando ad alta velocità si riscalda, e questo calore (in presenza dell'aria) causa l'ossidazione delle sostanze nutritive (soprattutto enzimi e vitamine); occorre dire che questa eventualità non è mai stata indagata anche perché dipende effettivamente dall'aumento di temperatura che si registra. Sicuramente dalla centrifuga esce una "scarto" che non è stato sfruttato fino in fondo e contenente ancora del succo, inoltre il succo che si ricava è di colore chiaro e può essere stratificato con una parte di polpa che galleggia.

Quale apparecchio usare?

L'estrattore prevede invece la rotazione di una coclea (in pratica una vite senza fine) a bassa velocità che pesta e schiaccia gli alimenti fino all'espulsione da una parte del succo e dall'altra parte di uno scarto praticamente asciutto. Questa tecnologia non crea calore e per la minore traumaticità sulla materia prima lascia sicuramente inalterate le proprietà nutritive vive. **L'estrattore produce un succo omogeneo e denso** e l'apparecchiatura ha un basso livello di rumore. Occorre anche dire che la centrifuga ha un costo di acquisto inferiore all'estrattore ed ha una maggiore semplicità di pulizia e di uso visto che la frutta/verdura può essere usata anche praticamente intera, mentre negli estrattori si richiede un minimo di preparazione.

Ripercussione glicemica

Al di là di queste considerazioni, è da rilevare come **entrambe le tecniche tendano ad eliminare tutta la parte fibrosa che però rappresenta una caratteristica nutrizionale importante della frutta e verdura**. Si ha infatti che mentre la frutta ha mediamente un basso impatto glicemico, i succhi hanno una ripercussione glicemico-insulinica molto maggiore. Quello che rimane intatto è il bagaglio di vitamine e minerali; quindi succhi ed estratti/centrifugati sono certamente un modo per assumere questi fondamentali nutrienti, magari da parte di bambini che in molti casi non amano consumare soprattutto le verdure.

Proprio per questo impatto glicemico, unito all'ottimo sapore che induce a berne anche grosse quantità, soprattutto i succhi sono accusati di favorire l'obesità e malattie metaboliche. Una nota va fatta sui cari vecchi frullatori che certamente non permettevano succhi raffinati, ma proprio per questo il ricavato della frullatura era il frutto integro compreso le fibre, la palatabilità ne risente ma la **completezza nutritiva** risultava più completa.

L'uso di frutta e verdura fresche rappresenta certamente una risorsa insostituibile dove l'utilizzo di estratti rappresenta invece una opportunità per "rafforzare" il contenuto vitaminico/minerale generale, insieme ad un modo naturale ed efficiente per dissetarsi e rinfrescarsi. È infatti innegabile che a fronte di molte occasioni mondane in cui ci si ritrova per bere qualcosa socializzando, certamente l'uso di questi estratti è una prerogativa salutistica e alimentare molto più idonea rispetto a bibite e drink di varia natura (magari alcolica).

Sì ad un consumo immediato

Una raccomandazione molto importante per ottimizzare i vantaggi derivati dagli estratti riguarda il fatto che sia sempre **ottimale consumarli appena fatti**, in questo modo si riduce al minimo l'inevitabile ossidazione dei principi nutritivi; infatti già le vitamine sono fotosensibili anche integrate all'interno del frutto, ma una volta estratte diventano ancora più "fragili". Come già detto, la "moda" dei centrifugati si è diffusa ancora di più con l'affermarsi di diete ad alto contenuto di frutta e verdura, tipo le crudiste o la "Raw" che può prevedere anche la sostituzione del pranzo e/o cena con dei centrifugati. Senza entrare nel contesto di queste scelte alimentari, rimane certamente la grande diffusione di questo tipo di assunzione e il suo gradimento da parte di tante persone che sia per scelte dietetiche che per gusto o praticità usano la strategia della centrifuga per concedersi spuntini o pasti leggeri.

Marco Neri



Marco Neri

è docente, preparatore atletico, consulente sportivo e collaboratore in Centri Ricerca per aziende di integrazione e attrezzature. Laureato in Scienze Alimentari, è socio fondatore AIFeM, fa parte del comitato scientifico FIF.

WELLDANCE®

IL FITNESS CHE DANZA

100% MADE IN ITALY

“ IL NUOVO METODO
TUTTO ITALIANO PER
ESSERE IN FORMA E
DIVERTIRSI DANZANDO ”



siamo a
RIMINI
WELLNESS
28/31
MAGGIO 2015
PADIGLIONE B3

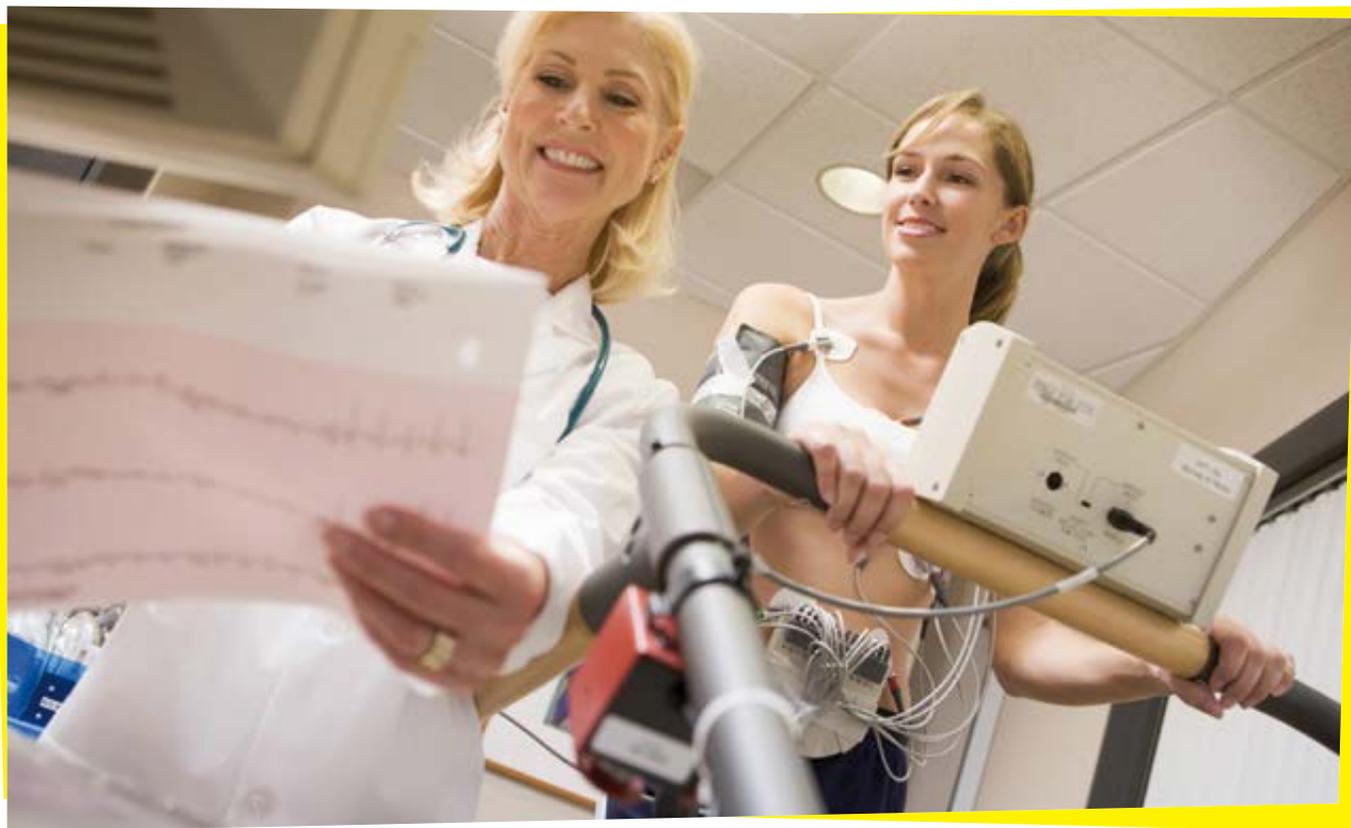
seguici su
facebook.

Disciplina riconosciuta:



info&news: www.welldanceworld.com

LA MEDICINA ANTI-AGING E IL FITNESS



In molti ne parlano, ma pochi hanno chiaro il suo significato: cos'è la medicina anti-aging e quali sono le sue connessioni con il fitness?

Per parlare di medicina anti-aging e del suo impatto nella nostra vita quotidiana abbiamo interpellato uno dei massimi esperti in materia in Italia, il Dr. Filippo Ongaro, Medico Chirurgo, Direttore Scientifico dell'Istituto di Medicina Rigenerativa e Anti-Aging s.r.l. (Ismerian).

Può darci una definizione semplice di medicina anti-aging e dei suoi obiettivi?

La medicina antiaging è l'applicazione delle più recenti scoperte scientifiche per il miglioramento della salute umana e della qualità della vita. Il suo principale obiettivo non è quindi quello di allungare la vita ma di prolungare gli anni in salute. I pilastri centrali sono **nutrizione**, **riduzione dello stress** e **attività fisica**, il tutto seguendo al massimo il criterio della personalizzazione basato su analisi approfondite della condizione del paziente.

Ci sono particolari categorie di persone a cui

consiglierebbe maggiormente l'approccio anti-aging?

Tutti. Perché la medicina moderna ci tiene in vita molto più a lungo ma spesso questi anni in più sono caratterizzati da malattie, sofferenze e perdita di autonomia. Siamo quindi tutti candidati ad un percorso preventivo antiaging che è prima di tutto un percorso di responsabilizzazione e consapevolezza. La salute non è un diritto ma un dono che va curato con il massimo delle attenzioni.

A che punto siamo in Italia, a suo avviso, con la diffusione e la conoscenza di questo approccio?

Se ne parla parecchio ma i medici che praticano questa disciplina non sono molti. Esiste qualche corso di formazione ma sono ancora pochi. Inoltre molti usano il termine antiaging per descrivere servizi di medicina estetica o di cosmetica con il risultato che si crea molta confusione nel consumatore.

Anti-aging e attività di fitness/bodybuilding= quali sono le possibili connessioni e i punti di incontro?

Moltissime. La cultura dell'alimentazione, dell'allenamento personalizzato, la minimizzazione del grasso corporeo, l'attenzione all'integrazione alimentare sono solo alcuni degli esempi di tale connessione. Molti dei medici in USA che si sono avvicinati a tale disciplina ci sono arrivati anche attraverso esperienze personali in palestra. E anche in Italia i primi due medici ad avere ottenuto la certificazione in medicina dall'American Board of Antiaging Medicine siamo io e Massimo Spattini. Io ho un passato amatoriale di frequentatore di palestre da quando ho 14 anni e Massimo è stato uno dei più importanti bodybuilder professionisti italiani. Dunque di affinità ce ne sono parecchie.

Ritiene che i centri fitness-wellness italiani siano preparati sull'argomento e pronti a creare sinergie con medici specializzati?

Credo di sì. A volte sono i medici ad avere meno desiderio di collaborare con il mondo delle palestre che, in genere, conoscono poco. Ma anche qui occorre fare più formazione. Con il Dr. Spattini e L'Accademia Funzionale del

Fitness, Wellness e Antiaging (AFFWA) abbiamo sviluppato un corso di antiaging advisor che ha come obiettivo proprio quello di formare operatori del mondo del fitness in questo settore.

Che cosa dovrebbero fare concretamente i centri fitness/wellness per favorire la conoscenza da parte degli iscritti di questo approccio? Ha dei suggerimenti in merito o degli esempi di successo da riportare?

Partecipare a corsi di formazione, organizzare seminari ed essere certi che il proprio personale sia in grado di dare consigli sensati e scientificamente fondati in questo settore. Poi sono i risultati che le persone ottengono a fare il resto.

In conclusione, ci può dare qualche aggiornamento sulla sua attività e sui progetti che la vedono impegnato in questo periodo?

A parte le attività divulgative e giornalistiche, sono impegnato nell'avviare un grosso progetto di medicina antiaging in Svizzera, a Ginevra, nel contesto di una delle cliniche più prestigiose della città. E' un segno che anche la medicina tradizionale inizia a capire quanto importante possa essere questo approccio.

Intervista a cura della redazione



Filippo Ongaro

è stato per anni medico degli astronauti presso l'Agenzia Spaziale Europea (ESA) ed è il primo italiano ad avere ottenuto la Board Certification in Medicina Antiaging dall'American Board of Regenerative & Anti-Aging Medicine e il diploma in medicina funzionale dall'Institute for Functional Medicine. Il Dr. Ongaro è anche giornalista oltre che autore di numerosi bestseller.

Potete consultare il suo blog: www.filippo-ongaro.it



VITAMINCOMPANY

In esclusiva per i lettori de La Palestra
UN COUPON - 10% DI SCONTO AGGIUNTIVO*
su tutti i prodotti Vitamincompany
in vendita su www.vitamincenter.it

VITAMIN10

- sconto 10% -

*Il coupon è utilizzabile dal 1/03/2015 al 30/04/2015, da privati (utenti B2C) e aziende (utenti B2B), una sola volta per utente, per un importo minimo di 40€ e per una quantità massima di 10 articoli Vitamincompany. Il coupon è cumulabile con altre offerte del sito [vitamincenter.it](http://www.vitamincenter.it). Applicare il codice prima di concludere l'ordine.

solo su  **VITAMINCENTER**

DANSYNG® , DA BOLZANO A BERGAMO FINO A RIMINI!



porterà con sé, ovviamente, interessanti novità. Grande attenzione verrà riservata a DANSYNG®: i trainer e gli amanti del fitness potranno testare l'innovativo Training 2.0 targato Freddy e ideato da Giulio e Paolo Evangelista, che combina il canto con il ballo in una suggestiva atmosfera ottenuta con delle proiezioni di visual.

BEAUTY PLANET A BERGAMO

Nei giorni 1, 2 e 3 Maggio, invece, presso il quartiere fieristico di Bergamo, è in programma **Beauty Planet**, un totale di circa 25 mila metri quadri di evento dedicato a sport, fitness & wellness. Anche a Beauty Planet sono previste lezioni adrenaliniche di DANSYNG®, la moda fitness del momento, pronta a conquistare tutti con il proprio carattere "liberatorio": oltre a eseguire passi a ritmo di musica, DANSYNG® prevede che gli adepti intonino anche alcuni stralci dei brani scelti. Da qui lo stesso nome della disciplina, esemplificativo dell'incontro fortunato tra danza e canto: dance + sing = DANSYNG®!

RIMINIWELLNESS 2015!

E poi? C'è RiminiWellness, dal 28 al 31 maggio 2015 presso la Fiera di Rimini. Stay tuned su www.dansyng.com!

Quale migliore occasione delle fiere dedicate al fitness per provare le nuove discipline e farsi venire in mente qualche idea di training da proporre ai propri allievi? Partiamo da **Tempo Libero 2015**, la Fiera per vacanze, outdoor, camping, sport e giardinaggio, in programma a Bolzano dal 30 aprile al 3 maggio 2015. Da mesi lo staff di Fiera Bolzano è impegnato nell'organizzazione dell'edizione 2015 che

Tel. 389.2610986

segreteria@dansyng.com

www.dansyng.com

FINYO: PERDERE PESO E CREARE NUOVE OPPORTUNITÀ DI BUSINESS



Finyo è il metodo più rapido per conquistare il peso-forma che hai sempre desiderato. Ti sei mai chiesto come fanno i VIP di Hollywood ad essere sempre in forma e da avere quella linea così invidiabile? Siamo pronti a svelarne il segreto!

Il sistema Finyo non è un nuovo trend dell'industria delle diete e la sua efficacia è stata tenuta segreta per oltre 60 anni. È infatti da oltre mezzo secolo che i Vip e le Star più famose ricorrono a questo efficace sistema per mantenersi in forma. Ma ora finalmente è alla portata di tutti!

Ecco la formula del successo:

- Piano alimentare suddiviso in tre fasi per perdere il 10% del peso in soli 21 giorni!
- Supporto omeopatico
- Supporto con micronutrienti e oligoelementi
- Allenamento e motivazione



© P. M. Marini, shutterstock.com

Il sistema Finyo è stato perfezionato insieme a medici, nutrizionisti, esperti nel campo dello sport, naturopati e psicologi motivazionali; si rivela efficace laddove le diete tradizionali invece falliscono. Si riesce a perdere facilmente il 10 % del peso corporeo, in soli 21 giorni, e grazie al nostro concetto non si verificherà il famigerato effetto "yo-yo", rendendo duraturi i risultati ottenuti. Grazie al sistema Finyo, che sta spopolando in Europa, farai felici i tuoi clienti i quali innescheranno automaticamente un importante effetto passaparola. Si avvicineranno al tuo Club nuovi clienti con nuove opportunità di business.



Tel. 0586 405433

amministrazione@greinwelder.com

www.finyo.com



IL PRIMO SITO EUROPEO DI ANNUNCI DEDICATI
ALLA COMPRAVENDITA DI AEREI
E MATERIALE AERONAUTICO

WWW.VFRMARKET.COM

LA SICUREZZA NEGLI SPOGLIATOI



Conosciamo un innovativo sistema di sanificazione degli ambienti basato su particolari rivestimenti che garantiscono una protezione continua

Può capitare, quando si frequenta una palestra o una piscina, di riscontrare problemi alla pelle come verruche, irritazioni e micosi di varia natura. Pare che l'80% degli sportivi sia colpito da questi fastidi più o meno gravi nel corso della sua carriera sportiva. Negli spogliatoi, lungo i bordi delle piscine, e in altre zone a rischio, si annidano infatti batteri, muffe, virus che minano quotidianamente la nostra salute.

I normali sistemi di pulizia non sono sufficienti per garantire la sicurezza di questi ambienti. Molto più efficaci risultano invece dei metodi di sanificazione che assicurano una protezione continua, come Pure-Health®, che rappresenta una vera innovazione in questo campo. Il sistema Pure-Health® è costituito da rivestimenti e pavimentazioni in PVC, resina e vetroresina. In questi materiali è stata inserita una molecola, il Biossido di Titanio, che grazie all'azione di una luce è in grado di eliminare più del 99% di virus, batteri e muffe presenti nell'ambiente in cui viene utilizzato.

Ne parliamo con Alessandro Costanzo, Project Manager dell'azienda

Che tipo di vantaggio concreto offre il sistema Pure Health a un centro fitness-palestra?
Molto spesso nelle palestre c'è una totale (o

quasi) assenza di personale addetto alla pulizia/sanificazione degli spogliatoi e questo provoca odori e soprattutto il rischio di funghi, verruche, muffe, etc., molto noiosi da debellare. Con il sistema Pure Health e i nostri materiali autosanificanti e autopulenti, gli ambienti sono privi di odori e assolutamente sicuri (vengono ridotti del 99% batteri, funghi e virus), permettendo di ridurre drasticamente il rischio di infezioni.

In cosa si differenzia dai tradizionali sistemi di sanificazione comunemente adottati?

La differenza è sostanziale. I sistemi tradizionali, infatti, hanno due limiti:

1) Si deve sanificare con prodotti chimici e a volte tossici per l'uomo (e questo tipo di sanificazione avviene di rado); 2) Una volta sanificato, con l'utilizzo immediato dei locali, l'effetto di contaminazione inizia da subito (quindi risulta essere un palliativo).

Il sistema Pure Health, invece, permette una sanificazione naturale continua grazie all'azione del Biossido di Titanio, completamente innocuo per l'uomo (approvato dalla FDA, Food and Drugs Administration).

Quali sono gli ambienti, in un centro sportivo con piscina, più a rischio di proliferazione di batteri?

Sicuramente gli spogliatoi e il bordo vasca.

Chi sono gli utenti più a rischio di contrarre infezioni?

Tutti, indistintamente, anche se per i bambini e gli anziani i rischi sono più alti.

Qual è il tipo di investimento richiesto e il tipo di manutenzione necessaria?

L'investimento è assolutamente in linea con le normali ristrutturazioni fatte con materiali tradizionali (ad esempio, uno spogliatoio di 100 mq chiavi in mano, realizzato con ceramiche Pure Health, può costare intorno ai 5mila euro).

La manutenzione non è necessaria in quanto il Biossido di Titanio non ha scadenza, quindi basta la semplice rimozione dello sporco con acqua e sapone.

Intervista a cura di Francesca Tamberlani

Dal Web

Vuoi scrivere un commento su questo articolo?

Collegati al sito www.lapalestra.net/archivio-articoli/



Hotel Byron ^{*** S} Speciale RiminiWellness

Moderna piscina riscaldata con vari impianti idromassaggio, Jacuzzi, zona solarium con lettini, ombrelloni, sauna, bagno turco.



Situato sul lungomare di Rimini Nord, dista solo 2.500 metri dalla fiera, raggiungibile in pochi minuti.

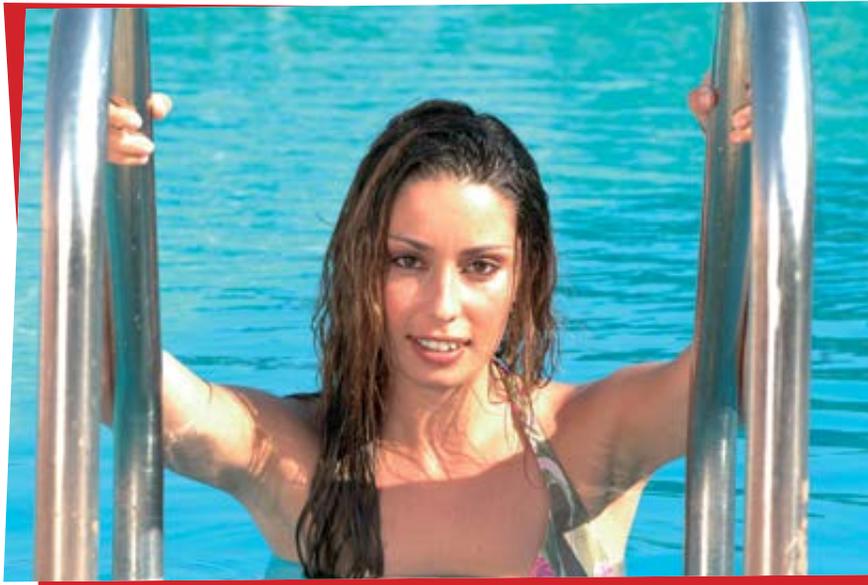
Comodo servizio navetta dell'albergo gratuito per raggiungere la fiera di RiminiWellness.

Belle camere modernamente arredate, climatizzate, bagni con box doccia in cristallo, asciugacapelli, Tv LED, cassaforte, telefono, WI-FI.



Hotel Byron ^{* S} - Rimini, viale G. Dati, 88 - Tel 0541.738161
www.hotelbyronrimini.it - info@hotelbyronrimini.it**

I COSTI ENERGETICI DI UNA PISCINA



Quali sono le voci che costituiscono la spesa energetica di una piscina? E come possono essere correttamente distribuite?

Nel momento in cui si affronta la decisione se costruire o meno una piscina all'interno di un centro fitness, il problema dei costi di gestione appare spesso più rilevante di quello dei costi per la realizzazione. È opinione comune, sicuramente fondata, che la piscina abbia costi di gestione molto alti, ma spesso ci si lascia convincere da questa idea al punto di rinunciare all'investimento senza procedere prima ad una seria analisi di fattibilità economica. Questo accade anche nel verso opposto, ovvero spesso si pensa di guadagnare moltissimo dalla realizzazione del nuovo impianto, non si progetta tenendo sotto controllo i costi con la conseguenza inevitabile di non riuscire ad ammortizzare l'investimento. È quindi di **fondamentale importanza valutare l'investimento con molta attenzione, in special modo prima della realizzazione**, poiché è in questa fase che le scelte che consentono risparmi futuri risultano facilmente percorribili. Recuperare la situazione dopo in alcuni casi può rivelarsi impossibile. Detto questo, procediamo ad analizzare punto per punto i costi e le scelte che consentono di risparmiare.

I costi energetici

Sono indubbiamente al primo posto anche e soprattutto perché si tratta in larga parte di costi fissi, che la piscina sia strapiena o desolatamente vuota

va riscaldata e illuminata.

Con le attuali tariffe la voce che va tenuta maggiormente sotto controllo è quella dei **consumi elettrici**. Da questo punto di vista può sicuramente dare una mano un **impianto fotovoltaico**, tenendo comunque presente che le potenze impegnate sono notevoli, da 20 a 60 kW e oltre a seconda della grandezza dell'impianto e che il conseguente costo nonché la necessità di spazio di un impianto fotovoltaico non è trascurabile e va ammortizzato. Anche la cogenerazione è utile solamente in alcuni casi, quelli nei quali viene consumata molta energia termica, altrimenti può risultare addirittura sfavorevole. Il maggior assorbimento elettrico è dato dai motori delle macchine termoventilanti (UTA - Unità di Trattamento Aria), a seguire dai motori delle pompe dei filtri, poi illuminazione, phon e altro. I punti sui quali è possibile intervenire sono sicuramente le UTA ma solamente se si scelgono macchine già dotate di ventilatori "intelligenti", con motori comandati da plc e dotati di inverter, che modulino la portata d'aria in funzione di parametri ambientali e di presenza di utenti nella zona vasche. Non ha molto senso inserire inverter sui motori delle pompe dei filtri a meno che si tratti di piscine molto poco frequentate, nelle quali vi siano tempi piuttosto lunghi senza la presenza di utenti. Per quanto riguarda l'illuminazione, la **tecnologia a led** ormai è diffusissima e garantisce risparmi molto importanti, mentre per l'energia elettrica consumata dagli asciugacapelli, unica vera voce di spesa variabile, è possibile intervenire tramite dispositivi a tempo, che siano o meno a pagamento.

I costi del riscaldamento

Per quanto riguarda invece i **costi del riscaldamento**, è molto più difficile definire quali siano i costi sicuramente imputabili alla presenza della piscina e quali no, questo non tanto perché il riscaldamento dell'acqua non sia definibile, ma perché la presenza della piscina, che va riscaldata ad una temperatura sicuramente superiore a quella dell'ambiente circostante, genera un risparmio sulle altre zone, che non si sarebbe avuto senza la presenza della piscina.

Ciò è tanto più importante quanto il centro fitness nel suo complesso è piccolo, mentre nelle grandi strutture la questione può diventare quasi irrilevante.

Il costo del riscaldamento dell'acqua dipende dal

Dal Web

Vuoi scrivere un commento su questo articolo? Collegati al sito www.lapalestra.net/archivio-articoli/



delta di temperatura tra entrata ed uscita e dalla quantità di acqua da riscaldare, ma anche dalle dispersioni termiche della struttura (che incidono maggiormente se la struttura è piccola) e da dove e come sono collocati l'impianto di trattamento e la vasca di compenso.

Ancora una volta, però, ciò che incide maggiormente è il **costo del riscaldamento dell'aria**. Questa voce di costo è soggetta a molte variabili: la coibentazione dell'ambiente, il posizionamento e la progettazione dei canali dell'aria, la UTA. In questo caso, sarebbe sempre auspicabile la scelta di una macchina termoventilante ad alto recupero energetico, in grado di recuperare il calore latente dell'acqua evaporata prima di espellerla all'esterno. Le macchine più performanti sono in grado di recuperare tutto il calore dell'aria calda espulsa, cedendolo all'aria fredda che entra dall'esterno, e buona parte del calore dell'acqua evaporata, restituendolo all'acqua stessa. È fondamentale pensare alla piscina non come ad un ambiente da riscaldare più di un altro, ma come una pentola in evaporazione, che resta senza coperchio per la maggior parte del tempo. Si tratta di un concetto che implica scelte impiantistiche completamente differenti rispetto a quelle che si operano in ambienti quali grandi capannoni oppure palazzetti dello sport. **Progettare correttamente il riscaldamento di una piscina è fondamentale per non sprecare calore.**

La spesa per l'acqua

L'ultima voce delle spese energetiche è quella relativa all'acqua ed è la più facile da calcolare: basta sommare al volume della vasca, che va vuotata una volta l'anno, con un ricambio giornaliero del 5% e con una media di 70 litri di acqua a bagnante per quanto riguarda la doccia. Il risparmio dell'acqua in quanto tale è difficile da operare se e finché non cambierà la norma che prevede un ricambio di acqua giornaliero minimo del 5% e la riutilizzo dell'acqua scaricata è possibile solamente per i bagni. La norma impone inoltre che per la piscina si utilizzi acqua potabile, il che rende impossibile il riciclo di acqua proveniente da fonti diverse rispetto all'acquedotto o ad un pozzo potabilizzato.

Come risparmiare?

È però possibile operare significativi risparmi per quanto riguarda i consumi energetici. Ne elenchiamo alcuni:

- 1. Coibentazione dell'ambiente** – È sicuramente un aspetto fondamentale, poiché nulla può funzionare se il calore ha la possibilità di uscire troppo facilmente;
- 2. Copertura con i teli durante la notte** – Ciò consente non tanto di non far raffreddare l'acqua durante le ore notturne quanto di spegnere la

Piscina centro fitness, 200 mq di acqua

UTENZE ENERGETICHE ED IDRICHE	Anno 1	Anno 2	Anno 3
Riscaldamento			
Fabbisogno annuo previsionale (metri cubi di metano)	30.000	35.000	40.000
Costo medio al metro cubo (€)	€ 0,50	0,51	0,52
Costo medio annuo previsto per gas metano	€ 15.000,00	€ 17.850,00	€ 20.808,00
Energia elettrica			
Fabbisogno annuo previsionale (Kw)	110.000	112.000	115.000
Costo medio al kw (€)	€ 0,22	0,22	0,23
Costo medio annuo previsto per energia elettrica	€ 24.200,00	€ 25.132,80	€ 26.322,12
Acqua			
Fabbisogno annuo previsionale (metri cubi acqua)	10.000	10.500	12.000
Costo medio al metro cubo (€)	€ 1,50	1,53	1,56
Costo medio annuo previsto per acqua	€ 15.000,00	€ 16.065,00	€ 18.727,20
RIEPILOGO COSTI TEORICI UTENZE ENERGETICHE ED IDRICHE			
	Anno 1	Anno 2	Anno 3
Costo medio annuo previsto per gas metano	€ 15.000,00	€ 17.850,00	€ 20.808,00
Costo medio annuo previsto per energia elettrica	€ 24.200,00	€ 25.132,80	€ 26.322,12
Costo medio annuo previsto per acqua	€ 15.000,00	€ 16.065,00	€ 18.727,20
COSTO TOTALE UTENZE	€ 54.200,00	€ 59.047,80	€ 65.857,32

Piscina pubblica, 500 mq di acqua

UTENZE ENERGETICHE ED IDRICHE	Anno 1	Anno 2	Anno 3
Riscaldamento			
Fabbisogno annuo previsionale (metri cubi di metano)	150.000	160.000	180.000
Costo medio al metro cubo (€)	€ 0,48	0,49	0,49
Costo medio annuo previsto per gas metano	€ 72.000,00	€ 77.952,00	€ 89.011,44
Energia elettrica			
Fabbisogno annuo previsionale (Kw)	200.000	220.000	250.000
Costo medio al kw (€)	€ 0,18	0,18	0,19
Costo medio annuo previsto per energia elettrica	€ 36.000,00	€ 40.194,00	€ 46.360,13
Acqua			
Fabbisogno annuo previsionale (metri cubi acqua)	10.000	12.000	15.000
Costo medio al metro cubo (€)	€ 1,50	1,52	1,55
Costo medio annuo previsto per acqua	€ 15.000,00	€ 18.270,00	€ 23.180,06
RIEPILOGO COSTI TEORICI UTENZE ENERGETICHE ED IDRICHE			
	Anno 1	Anno 2	Anno 3
Costo medio annuo previsto per gas metano	€ 72.000,00	€ 77.952,00	€ 89.011,44
Costo medio annuo previsto per energia elettrica	€ 36.000,00	€ 40.194,00	€ 46.360,13
Costo medio annuo previsto per acqua	€ 15.000,00	€ 18.270,00	€ 23.180,06
COSTO TOTALE UTENZE	€ 123.000,00	€ 136.416,00	€ 158.551,63

termoventilante che abbiamo visto essere la macchina maggiormente energivora, consentendo un risparmio medio del 20-30% sulla somma dei costi di energia elettrica e riscaldamento;

3. UTA ad alto rendimento – Anche questa scelta impiantistica consente di risparmiare notevolmente, anche più del 30%;

4. Recupero del calore dell'acqua ricambiata – È possibile, attraverso una modifica dell'impianto, recuperare il calore dell'acqua che deve obbligatoriamente essere ricambiata, che viene stoccata in una apposita vasca dalla quale viene utilizzata per il controlavaggio dei filtri, che viene quindi fatto con acqua fredda e non con acqua calda.

In sostanza, più che con fonti alternative di energia è possibile risparmiare in piscina non sprecando il calore che viene prodotto. Coibentare e recuperare devono essere le priorità assolute in qualunque impianto. Progettandolo correttamente se è nuovo ma anche ristrutturandolo con i criteri corretti se non lo è più.

Rossana Prola



Rossana Prola

È laureata in Fisica e amministratore unico di Professione Acqua srl, si occupa di progettazione di impianti di trattamento dell'acqua e di molti altri aspetti che riguardano gli impianti natatori.

È autore, per Flaccovio Editore, del libro "Piscine" edito nel 2009.

Rimini Wellness®

FESTEGGIA 10 ANNI



**Giunge alla
decima edizione
la più grande
kermesse del
fitness e
benessere**

Anche quest'anno i visitatori che giungeranno a migliaia alla fiera di Rimini troveranno divertimento, fitness, benessere e sport di primo livello. In programma tante novità e un ampio spazio dedicato al cibo e all'alimentazione. Vediamo nel dettaglio quello che li aspetta:

- le più importanti aziende in ambito fitness e benessere
- i nuovi trend del business del divertimento



**L'attesa manifestazione
è in programma dal 28
al 31 maggio a Rimini e
sulla riviera romagnola**

- i più acclamati presenter nazionali e internazionali, in grado di stupire e coinvolgere una marea di persone al ritmo di master class sorprendenti e "discipline Studio"
- i protagonisti del grande e piccolo schermo, attori e attrici, show girl e atleti professionisti di natura attenti alla loro forma fisica e al proprio rapporto con il benessere.

Quest'anno uno spazio ancora più significativo sarà dedicato a **Food Well**, l'area dedicata alla sana alimentazione per chi fa sport. Nata nel 2014 con il coinvolgimento dei più famosi ricercatori nutrizionisti come il divulgatore scientifico Marco Bianchi, questa sezione oggi



può già annoverare le più acclamate food blogger della rete: da Chiara Maci, già volto del programma TV 'Cuochi e Fiamme', a Federica Gif, con il suo blog 'mipiacecifabene' dedicato alla sana e gustosa alimentazione, arrivando a Into the Fitness. Verranno chiamati a raccolta i professionisti del vivere e mangiare bene per tenersi in forma.

In occasione di Expo 2015 sarà altresì facilitato il ponte con la città di Milano. Il connubio "cibo – movimento" è uno dei temi fondamentali della grande esposizione internazionale e per questa finalità sono in corso accordi di partnership con i più importanti tour operator coinvolti per offrire la grande esperienza dell'Esposizione universale all'affezionato pubblico internazionale di Rimini.

L'organizzazione

Patrocinata da **Regione Emilia-Romagna, Provincia di Rimini e Comune di Rimini**, RiminiWellness occuperà tutto il quartiere espositivo: saranno 16 i padiglioni attivi e si respirerà energia a 360 gradi, con 50 palchi e un totale di oltre 400 aziende tra dirette e rappresentate, attive nelle diverse anime del vivere bene e in armonia con il proprio corpo e con l'ambiente: fitness, benessere, danza & sport fashion, turismo wellness, contract & design. Oltre alle sezioni **Riabilitec**, dedicata alla riabilitazione, e **Rimini Steel**, incentrata sulle arti marziali e da combattimento.

La parola al Presidente

Così commenta **Lorenzo Cagnoni, presidente di Rimini Fiera**: "Quest'anno più che mai, siamo sicuri, a RiminiWellness si respirerà energia internazionale. Con la concomitanza di Expo2015 e le richieste che stiamo raccogliendo, si preannuncia un'edizione senza precedenti in termini di pubblico straniero (professionale e appassionato). Ognuno dei nostri clienti sta progettando una presenza importante e distintiva perché sa di trovare in noi il partner giusto per competenza di allestimenti, anche insoliti, e di servizi a 360 gradi onde rendere unico il momento più atteso e frequentato dal settore".

Format vincente

Anche nel 2015 verrà riconfermato il format vincente che vede la coesistenza di B2B e B2C con la suddivisione delle due aree: **W-PRO**, studiata per il pubblico professionale e **W-FUN**, per il pubblico degli appassionati. La kermesse resterà aperta dalle 9.30 alle 19.00 e sarà operativa la stazione ferroviaria interna di Rimini Fiera, rendendo ancora più semplice raggiungere il quartiere fieristico.

COLPO D'OCCHIO SU RIMINIWELLNESS 2015



Organizzazione: Rimini Fiera Spa; con il patrocinio di: Regione Emilia-Romagna, Provincia di Rimini, Comune di Rimini; ingresso: operatori e grande pubblico; biglietto: 40 euro (valido tutti i 4 giorni della manifestazione per un ingresso al giorno); ridotto 34 euro, riduzione per gruppi, scuole superiori e studenti universitari, 23,50 euro biglietto elettronico on line fino al 1 aprile; ingresso gratuito per gli over 65, i minori di 12 anni e i portatori di handicap e accompagnatori; giornaliero intero 27 euro; orari: dalle 9.30 alle 19.00 per tutti i giorni di manifestazione; Direttore Business Unit: Patrizia Cecchi; project manager: Andrea Ramberti; info espositori: riminiwellness@riminifiera.it web: www.riminiwellness.com



PILLOLE DI WEB MARKETING



Davide Verazzani, formatore e consulente, è ideatore del workshop “Web you can”, che ha riscosso grande successo durante RiminiWellness 2014, e si propone di divulgare nel mondo del fitness i più interessanti temi dell’innovazione manageriale

Nella lotta quotidiana per ottenere la giusta visibilità online, va posta grande attenzione alle immagini che accompagnano le pagine e gli articoli nei vostri siti; e che da sole diventano un contenuto di per sé, denso di significati, una volta selezionate e pubblicate nei Social Media.

Visualizzare con un’immagine colorata e attraente piuttosto che scrivere un mero aggiornamento di status fa la differenza (la portata-visibilità del post raddoppia senza problemi, il click through rate può addirittura decuplicarsi).

Una bella foto farà cliccare maggiormente il vostro articolo, ma a volte non riuscirete a trovarla on line, nemmeno nei siti di immagini gratis, e dovrete crearvela sfruttando una citazione, un proverbio, o perfino un numero o una percentuale. Per questo motivo ecco di seguito alcuni strumenti gratuiti per la creazione di immagini Social.

Canva – <https://www.canva.com/>

Immagini di Natale, cartoline, immagini per il blog, e-mail header, immagini per Facebook e Twitter, poster, presentazioni, immagini per Instagram, A4, inviti e biglietti da visita, copertine per Facebook, Google Plus e perfino Kindle, immagini per Facebook Ads e App: questa “lista della spesa” rappresenta tutto ciò che potete realizzare con Canva, gratuitamente e senza avere competenze di grafica (che comunque non guastano, eh!): Canva propone tantissime fantasie pronte ad essere usate con un click. A mio parere, uno strumento completo, impossibile farne a meno.

Recite This – <http://www.recitethis.com/>

Strumento gratis all’insegna della praticità e della semplicità: scegliete una frase e in tempo reale la vedrete proposta in numerose possibili grafiche: selezionate quella che vi piace e avete finito. Con ReciteThis non avete scuse...

Pinstamatic – <http://pinstamatic.com/>

Rendere dati noiosi in maniera divertente e attraente: questo è l’obiettivo che vi prefiggete con Pinstamatic, tool simile ai precedenti che offre svariate opportunità. Una volta realizzate le immagini, potete pinrarle su Pinterest o salvarle per altri usi.

Notegraphy – <https://notegraphy.com/>

Notegraphy fa una cosa ma la fa bene: prende la vostra frase e la inserisce in un contesto colorato e accattivante, permettendovi di scegliere tra diversi stili. Perfetto strumento per dare un tocco in più ai vostri status.

BeHappy – <http://behappy.me/>

A prima vista è un e-commerce, ma se andate su <http://behappy.me/generator> trovate un pannello per creare la vostra grafica scegliendo font, colore e icone. Poi potete anche applicarla su tazze, magliette, poster e quant’altro, ma potete anche solo salvare l’immagine e diffonderla sui vostri presidi web.

ThingLink – <http://www.thinglink.com/>

Gallerie di foto, presentazioni visuali e infografiche non saranno più un mistero con ThingLink, che mette l’accento sulla possibilità di inserire diversi collegamenti all’interno di una foto, rendendola interattiva all’interno del vostro sito / blog. Connesso a ciò, c’è una ricca serie di analytics e statistiche su tali link.

QuotesCover – <http://www.quotescover.com/>

QuotesCover assomiglia per molti versi a BeHappy (il numero 5 della lista): cliccando su CREATE QUOTES PIC, in alto a destra, potrete cercare e scegliere tra una vasta offerta di proverbi, frasi celebri e citazioni già pronte oppure scrivere di vostro pugno nello spazio apposito. E’ possibile, infine, stampare le proprie frasi o creare header per Twitter, Google Plus, Facebook. Strumento molto versatile.

Cell. 338.6525777 - Tel. 0434.857012 - Fax 0434.81061

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



Vetrina delle occasioni

Una sezione dedicata ai macchinari e a tutti i prodotti per il fitness che potete trovare a prezzi promozionali.

Per informazioni chiamate Cell. 338.6525777 - Tel. 0434.857012 - Fax 0434.81061

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



**MEZZA GABBIA
CROSSBOWLINE**
EURO 1.500,00 + IVA



**GABBIA SINGOLA
CROSSBOWLINE**
EURO 1.800,00 + IVA



**GABBIA DOPPIA
CROSSBOWLINE**
EURO 3.500,00 + IVA



**GABBIA + MULTIPOWER
E SPALLIERA**
EURO 2.200,00 + IVA



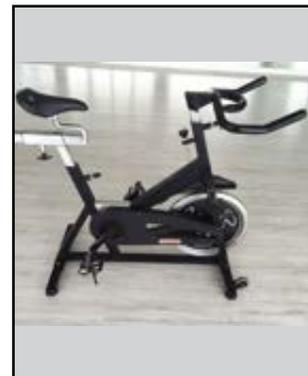
GABBIA + MULTIPOWER
EURO 2.000,00 + IVA



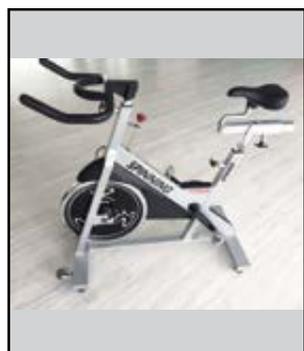
BIKE FORMA
EURO 1.300,00 + IVA



UNICA CLASSIC
EURO 2.200,00 + IVA



SPINNER NERO STAR TRAC
EURO 459,00 + IVA



**SPINNER GRIGIO
STAR TRAC**
EURO 480,00 + IVA



PANCA PIANA SELECTION
EURO 590,00 + IVA



RECLINE EXCITE
EURO 1.500,00 + IVA



PANCA 45 SELECTION
EURO 590,00 + IVA



TOP XT
 EURO 1.000,00 + IVA



RUN FORMA
 EURO 1.500,00 + IVA



LEG EXTENSION MED
 EURO 2.500,00 + IVA



ANTIRIOR
 EURO 1.500,00 + IVA



LEG CURL MED
 EURO 2.500,00 + IVA



BIKE RACE
 EURO 900,00 + IVA



MULTIPLA + PANCA
 EURO 1.500,00 + IVA



PORTA BILANCERI
 EURO 450,00 + IVA



STEP EXCITE
 EURO 1.600,00 + IVA



LEG PRESS SELECTION
 EURO 2.850,00 + IVA



TOP EXCITE
 EURO 3.800,00 + IVA



ADDUCTOR MARCA TECA
 EURO 500,00 + IVA



LOW ROW MARCA TECA
 EURO 500,00 + IVA



PECTORAL MARCA TECA
 EURO 500,00 + IVA



MANUBRI CROMO 1-10 KG
 EURO 1.200,00 + IVA



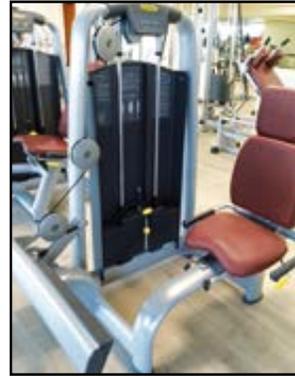
ADDUCTOR SELECTION
 EURO 1.700,00 + IVA



ADDUCTOR SELECTION
 EURO 1.700,00 + IVA



RADIANT
 EURO 2.850,00 + IVA



ROTARY CALF SELECTION
 EURO 1.650,00 + IVA



RUN VISIO WEB
 ANNO 2014
 EURO 5.000,00 + IVA



POSTIRIOR
 EURO 2.000,00 + IVA



LOW ROW ELEMENT
 EURO 1.550,00 + IVA



WAVE
 EURO 1.600,00 + IVA



ADOMINAL ELEMENT
 EURO 1.550,00 + IVA



DISCHI TECHNOGYM
 CON MANIGLIA
 EURO 4,00 + IVA AL KG



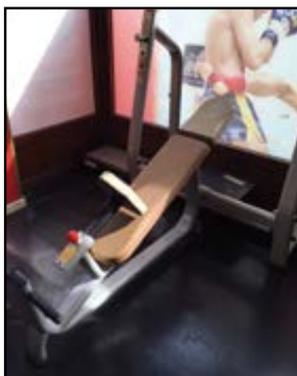
MANUBRI
 EURO 4,00+ IVA AL KG



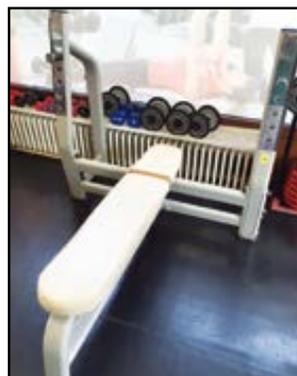
STEP CIRCUITO ESY LINE
 EURO 76,00 + IVA CADAUNO



CHEST PRESS SELECTION
 EURO 1.700,00 + IVA



PANCA 45
 EURO 400,00 + IVA



PANCA PIANA
 EURO 400,00 + IVA



SHOULDER PRESS
 EURO 500,00 + IVA

**RIPARIAMO
 TUTTE
 LE SCHEDE
 ELETTRONICHE**

Le aziende citate in questo numero

Cardiaca	Tel. 346.7645211	www.cardiaca.it
Coalsport	Tel. 333.6784376	www.coalsport.com
Djo Italia	N.V. 800 891607	www.compex.info
Faress	Tel. 06.71350124	www.faress.com
Fisiostore	Tel. 010.460098	www.fisiostore.it
Fitness Studio	Tel. 0434.857012	www.fitnessstudio.it
FM Group	Tel. 366.3554507	www.welldanceworld.com
Freddy	Tel. 0185.59101	www.freddy.com
Giwa	Tel. 0522.698549	www.pavimentoantitrauma.it
Gruppo Ambita	N.V. 800.58.67.01	www.mooving.eu
Hotel Byron	Tel. 0541.738161	www.hotelbyronrimini.it
Imago	Tel. 800.134962	www.imagopromozioni.it
Jumping Italia	Tel. 340.6494823	www.jumping-fitness.it
Les Mills Italia	Tel. 02.49 87 881	www.lesmills.it
Metem	Tel. 0422.267010	www.dotile.it
Make It App	Tel. 02.87188686	www.make-it-app.com
Nonsolofitness	Tel. 06.93377230	www.nonsolofitness.it
NRG	Tel. 035.802006	www.ennerregi.com
RiminiWellness	Tel. 0541.744111	www.riminiwellness.com
Sellfit	Tel. 0174.563782	www.sellfit.com
Sidea	Tel. 0547.313298	www.sideaita.it
Slim Belly	Tel. 0586.405433	www.slim-belly.com
TP Therapy	Tel. 06.90400836	www.theglobalfitness.com
VFR Market		www.vfrmarket.com
Vitamin Center	N.V. 800.59.20.50	www.vitamincenter.it
World Pilates	Tel. 02.39432502	www.worldpilates.it
Xenios USA®	Tel. 0541.1646836	www.xeniosusa.com

LA PALESTRA

WWW.LAPALESTRA.NET

SEGUICI ANCHE SU



Anno X - N. 57
marzo/aprile 2015

Edita da: Api Editrici s.n.c.
Viale Michelangelo, 6
20060 Cassina de' Pecchi (MI)
info@lapalestra.net

Direttore Responsabile:
Veronica Telleschi

Comitato di Redazione:
Cesare Salgaro, Francesca Tamberlani,
Veronica Telleschi

Pubblicità
Stefania Iannone
Cell. 328.0871075
pubblicita@lapalestra.net

Hanno collaborato:
Romolo Angellotti, Sergio Cortassa,

Gilleandro Barbosa Dos Santos
Alessandro Costanzo, Stefano
Ermacora, Antonella Faleschini,
Fabrizio Ferri, Monica Lo Dato,
Sayonara Motta, Marco Neri,
Filippo Ongaro, Roberto Panizza,
Monia Petrizzelli, Carmine Preziosi,
Rossana Prola, Antonio Prudenzano,
Damiano Trinca, Davide Verazzani.

Immagini
LA PALESTRA archivio, Shutterstock®

Foto in copertina: Sergio Cortassa
foto di Max Prono

Stampa: Alpha Print

LA PALESTRA
Pubblicazione bimestrale registrata al
Tribunale di Milano il 21.09.2005 con il
numero 643. Iscrizione al R.O.C. con il

N° 13029. Gli articoli contenuti in questa rivista non hanno scopo didattico, ma esprimono opinioni e nozioni personali da parte di esperti del settore. Gli articoli firmati impegnano esclusivamente gli autori. Dati e caratteristiche tecniche sono generalmente forniti dalle case produttrici, non sono comunque tassativi e possono essere soggetti a rettifiche. La Api Editrici s.n.c. 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.n.c. Il materiale inviato alla redazione non sarà restituito. Copyright Api Editrici s.n.c. 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
INTEGRATORI ALIMENTARI**

Leggere attentamente l'etichetta apposta sul prodotto. In caso di uso prolungato (oltre 6-8 settimane) è necessario il parere del medico. 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.

Saldi OPERAZIONE RICAMO

1/b del 2015

art .705
Accappatoio adulto
con cappuccio

taglie
S M L XL XXL
materiale:
spugna in cotone
gr. 400 mg



€ 9,90 +iva

art .785
Telo
mare/bagno
con banda

dimensioni:
cm 100x150
materiale:
spugna in cotone



€ 6,90 +iva

art .4131
Borsone Trolley Genius

dimensioni:
cm 65x30x28
materiale:
poliestere 600 D
ruote



€ 9,90 +iva

2/b del 2015

Kit

Logo
RICAMATO
INCLUSO



art .705
Accappatoio adulto
con cappuccio



art .4131
Borsone Trolley Genius



€ 16,90 +iva

Kit

3/b del 2015



art .785
Telo
mare/bagno
con banda



art .4131
Borsone Trolley Genius



€ 14,90 +iva



faress[®]

Specialisti nello sport

Via Antonio Carruccio, 107
Tel. 06.71.350.124
fornituresportive@faress.com
www.faress.com

tutti gli accessori
per
FITNESS
CROSSFIT[®]

ALLENAMENTO
FUNZIONALE

e molto altro ancora!

