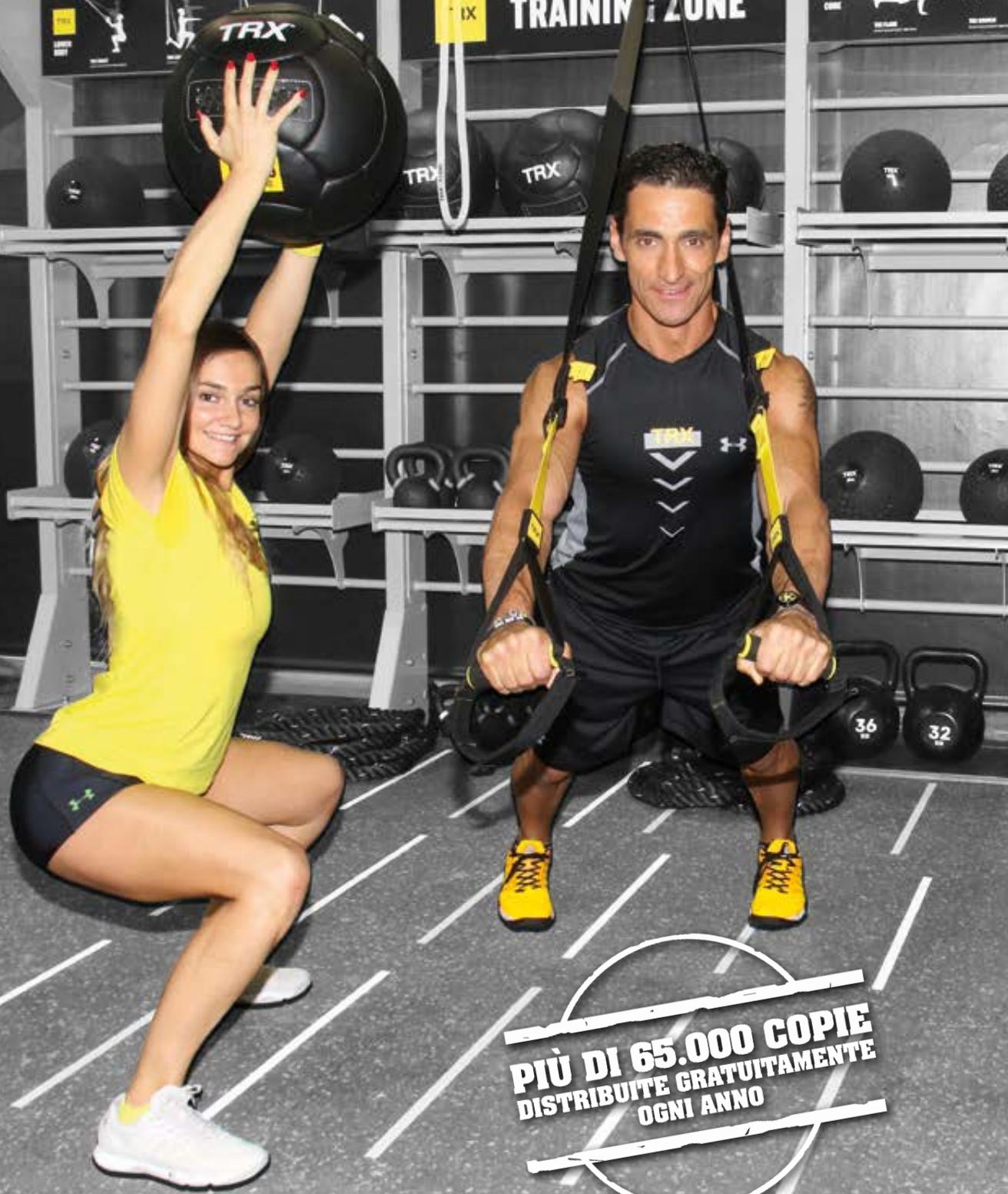


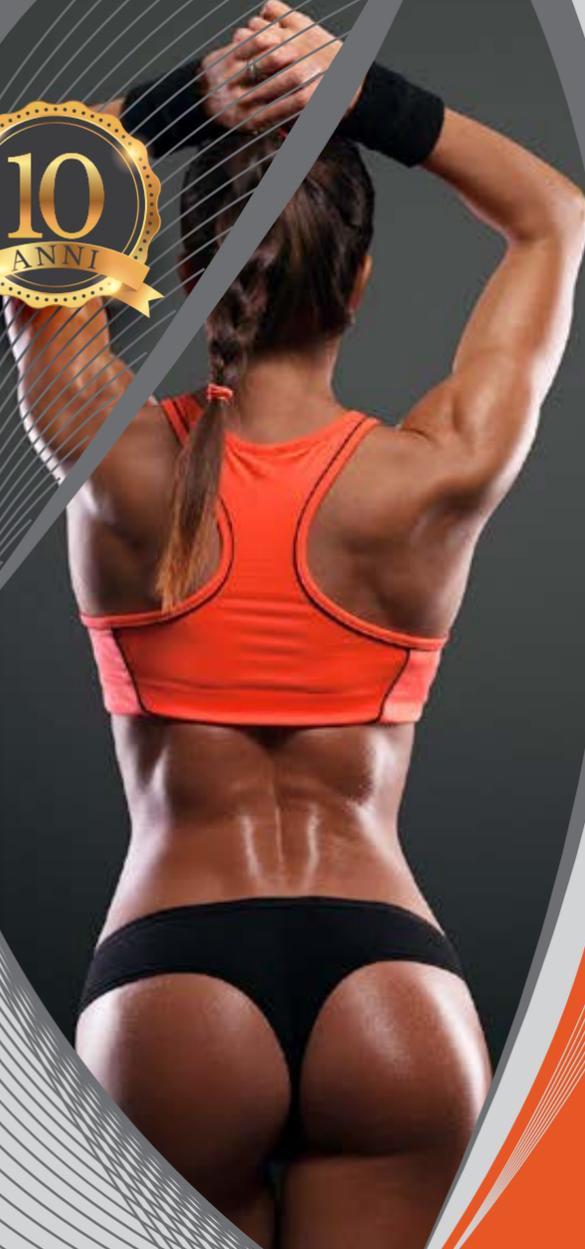
# LA PALESTRA

DAL 2005 LA RIVISTA DEI PROFESSIONISTI DEL FITNESS

LA PALESTRA - N°71 - Luglio/Agosto 2017 - Tariffa a regime libero - Poste Italiane S.p.A. - Spedizione in Abbonamento Postale - 70% - DGB Milano  
"In caso di mancato receipto si prega inviare al CMP Roserio (MI) per la restituzione al mittente, che si impegna a pagare il diritto fisso dovuto".



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



# MOOVING

SOFTWARE E CONTROLLO ACCESSI PER  
PALESTRE, CENTRI SPORTIVI E PISCINE

COMPATIBILE CON TUTTI I  
SISTEMI IN COMMERCIO

- SOFTWARE (completo di tutti i moduli)
- ASSISTENZA ed aggiornamenti
- 500 CARD personalizzate
- LETTORE card
- 1500 SMS

PROMO  
LA PALESTRA  
**497 €** ~~547 €~~  
IVA ESCLUSA

OLTRE  
2.000  
INSTALLAZIONI  
IN ITALIA E  
ALL'ESTERO!

Numero Verde  
**800 58 67 01**

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



DISPONIBILI SOLO  
**50 TORNELLI**  
SOTTOCOSTO

**AFFRETTATI!**

**CARD**  
Personalizzate  
A PARTIRE DA **0,05 €**



**COMPATIBILI CON TUTTI I SISTEMI IN COMMERCIO**

VISITA IL SITO [WWW.CARDPERSONALIZZATE.IT](http://WWW.CARDPERSONALIZZATE.IT)

**RISPARMIA**  
SULLA **BOLLETTA**  
GESTISCI **DOCCE E PHON**

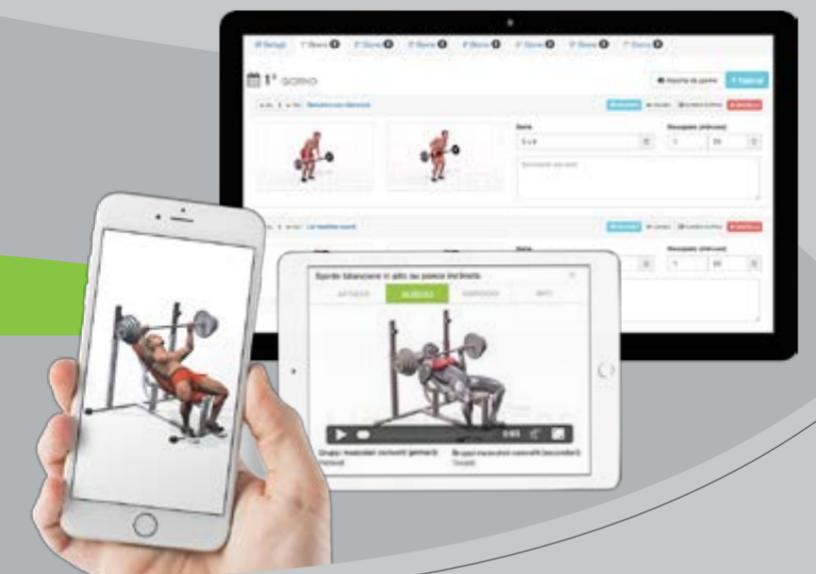


MOOFITNESS  
SCHEDE DI ALLENAMENTO  
CON **ESERCIZI ANIMATI 3D**

**RICHIEDI UNA DEMO**

[WWW.MOOFITNESS.COM](http://WWW.MOOFITNESS.COM)

SCARICA LA APP **GRATIS!**





# Non rimanere indietro!! Corri con Cardiaca



**Palestra a 29.000 € \*\***

**Scopri le altre offerte...Contattaci!**

**Utilizziamo Fondi Europei per apertura/rinnovo palestre**



\*\* IVA esclusa - Trasporto e montaggio esclusi



# FUNCTIONAL TRAINING ZONE

## ANYWHERE. ANY SPACE

TRX® è l'allenamento funzionale per eccellenza l'unico, vero allenamento in sospensione.

Crea una nuova atmosfera all'interno della palestra con la nuova area TRX®. Questa struttura ti permette di posizionare tutti i tuoi attrezzi per l'allenamento funzionale (TRX® Suspension Trainer, Medicine Ball, Slam Ball, Kettlebell, ecc..) negli appositi spazi. Il tutto personalizzabile secondo le tue esigenze e quelle dei clienti.

Richiedi un preventivo: [commerciale@planetfitnessitalia.com](mailto:commerciale@planetfitnessitalia.com) / [www.planetfitnessitalia.com](http://www.planetfitnessitalia.com)

A partire  
da **250,00 €**  
al mese



# ZUN



Un "grazie" di cuore a tutti gli sportivi che ci hanno fatto visita a Rimini Wellness, in particolare chi ha voluto mettersi alla prova nel nostro **SPART Training Camp**.

Proponiamo le migliori soluzioni per i vostri spazi, con noi avrete un unico valido interlocutore per ottenere il vostro box chiavi in mano: layout, strutture, pavimentazioni, accessori e tutto il necessario per ottimizzare al meglio la vostra area.

**SPART.....**  
il top anche per il professionista più esigente!!!!

## SPART

Strutture e accessori  
allenamento funzionale

**Progettiamo per Te  
le migliori soluzioni e rendiamo  
più funzionali i tuoi spazi**

stile | qualità | servizio

SPART

**SCEGLI I MIGLIORI  
EQUIPAGGIAMENTI  
PER UNA PERFORMANCE  
AL TOP !!!**

Zun s.r.l.

Via Nicola Mammarella snc  
66100 Chieti Scalo (CH), Italia

tel. +39 0871 55 17 62

info@zunfit.com - www.zunfit.com

# ZUN

**SPART**  
Strutture e accessori  
allenamento funzionale

**FIGUS**

**LOT**

# LA PALESTRA È...?

**C**ome completereste voi la frase? Durante i giorni di RiminiWellness abbiamo rivolto la domanda al pubblico e, come c'era da immaginarsi, le risposte pervenute sono state tante, diverse, divertenti, serie, leggere... Ognuna di esse ci ha offerto uno spunto per capire cosa effettivamente le persone identificano con il concetto di palestra, che poi è il fulcro attorno al quale ruota tutto il lavoro della nostra rivista.

Abbiamo anche realizzato un video, facendo una breve disamina delle risposte più emblematiche e spiritose (se ancora non lo avete visto, andate sul canale youtube LA PALESTRA WEBTV). Ma di video ne abbiamo realizzato anche un altro: un collage di domande/risposte su argomenti, personaggi e nozioni del fitness che dovrebbero essere noti agli appassionati (ancor più ai professionisti), ma che di fatto hanno generato un po' di confusione (e molte risate!). Quest'anno in fiera abbiamo portato avanti una significativa attività di raccolta informazioni e sondaggi per rimanere aggiornati e riuscire ad incontrare le esigenze del mercato.

Anche questo numero pre-vacanziero, dunque, è ricco di stimoli per il vostro centro... iniziando con l'articolo di copertina in cui il protagonista è il concept **TRX BOX**, di cui troverete un'intervista di approfondimento all'interno, e proseguendo con la **Bioginnastica di Stefania Tronconi** e la **FitSword**, una rivisitazione della spada per un allenamento in stile gladiatore.

**Roberto Panizza** ci regala una visione originale della piscina e **Petra Schrott** ci spiega tutto sull'acqua e sui falsi miti che circolano in merito alle sue proprietà.

Non mancano i consueti appuntamenti curati dai professionisti: le **Pillole di Web Marketing di Davide Verazzani**, le risposte dei nostri avvocati e del tributarista, e diamo anche il benvenuto a **Beatrice Masserini** che, a partire da questo numero, si occuperà di tenere attivo un canale di consulenza tra voi e lo Studio Cassinis. Per chi non è riuscito a passare in fiera, niente paura: **Valentina Schenone** ha intercettato le news più salienti per voi... non perdetevi quindi il suo articolo!

Vi lascio alla lettura e buona estate a tutti,  
Veronica Telleschi

# DoTile<sup>®</sup>

fit



## LEGION

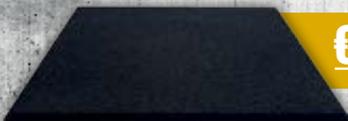
CROSS TRAINING EQUIPMENT

## SUMMER PROMO 2017

Le tue superfici a partire da:



€ 10,00/m<sup>2</sup>



€ 5,00/pz.

IVA e spese di trasporto esclusi

Vieni a scoprire  
le attrezzature



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

Saremo  
presenti a:



RECCO - GE  
14/16 luglio



TRIESTE - TS  
22/23 luglio

+39 0422 267010

fit@dotile.it

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

dotile fit

**DoTile<sup>®</sup> TRAINING LAB**  
Via G. Amendola, 24 - 31020 - Villorba (TV)

**IN COPERTINA**

**P. 10** TRX® BOX: un'opportunità di business e di formazione di qualità

**FOCUS**

**P. 14** Riminiwellness: ecco il fitness 3.0

**GESTIONE**

**P. 18** Reception: le 10 cose che deve fare...  
**P. 22** Work Engagement: come appassionare i nostri dipendenti

**P. 25 ASSISTENZA TECNICA****ALLENAMENTO**

**P. 26** Attività aerobica e allenamento con i pesi  
**P. 30** G-Force FIT-COMBAT: l'allenamento dei gladiatori  
**P. 34** Conoscere la Bioginnastica® per conoscere se stessi

**ALLENAMENTO FUNZIONALE**

**P. 36** How To? Impariamo a fare le trazioni

**P. 39** IL PARERE DEL TRIBUTARISTA

**ALIMENTAZIONE**

**P. 40** Il senso di impotenza appresa in palestra  
**P. 44** Non dimentichiamoci dell'acqua

**P. 47** CHIEDILO ALL'AVVOCATO

**P. 48** NOVITÀ & CURIOSITÀ

**EVENTI & FIERE**

**P. 50** Elevate 2017: uniti contro l'inattività fisica

**P. 51** L'ANGOLO  
GIURIDICO-FISCALE

**ACQUA & BEAUTY**

**P. 52** Come sfruttare in modo originale la Piscina

**P. 54** PILLOLE DI WEB MARKETING

**P. 55** VETRINA DELLE OCCASIONI

**GOMMAFIT**

PAVIMENTAZIONI ANTIURTO PER IL FITNESS

- Pavimenti professionali
- Preventivi immediati
- Prezzi da produttore
- Campionatura gratuita

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

 [info@gommafit.it](mailto:info@gommafit.it)

 GOMMA FIT

Tel. +39 348 7698074 - Strada Provinciale 63R, 149/S - 42044 Gualtieri (RE)



Made in Italy

# FÒRZA

STRONG MUSCLES



Il nostro impegno,  
la tua forza.

advancecommunication.it

  
**VISA**  
SPORTS

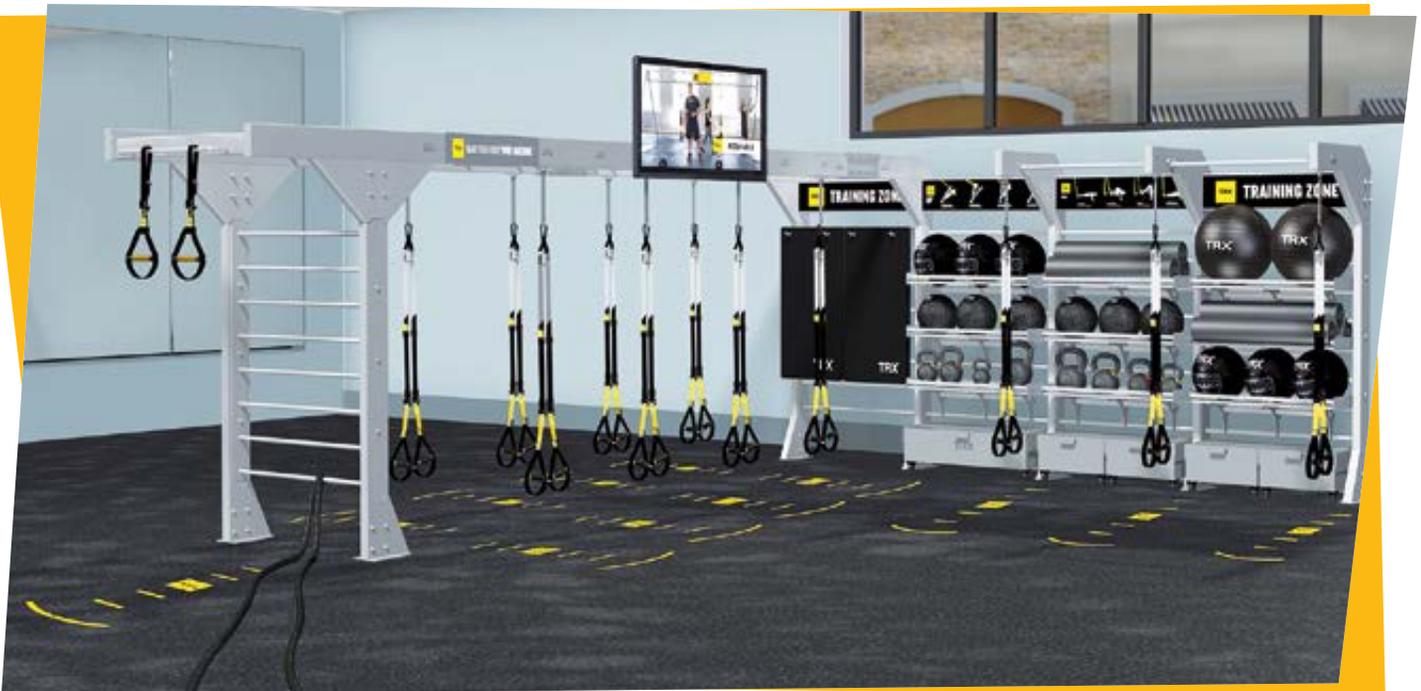
 800 92 64 91

VI.SA. Srl - Zona Industriale 88040 Marcellinara (CZ) Italy  
Tel./Fax +39 0961 992987 - [Info@visasport.it](mailto:Info@visasport.it)

[www.visasport.it](http://www.visasport.it)  [www.visashop.it](http://www.visashop.it)

# TRX® BOX

## UN'OPPORTUNITÀ DI BUSINESS E DI FORMAZIONE DI QUALITÀ



Intervista a  
**Stefano Ermacora**,  
amministratore  
delegato di Planet  
Fitness Italia,  
e a **Francesco  
Malatesta**,  
Senior Master  
Trainer TRX®

**T**RX® è un brand prestigioso distribuito da Planet Fitness Italia, azienda di riferimento per il mondo del funzionale, che presta particolare attenzione alle esigenze di centri fitness, personal trainer e utenti finali. Si tratta del secondo Brand di fitness al mondo dopo Zumba® (come confermato a ihsra 2017), e in quanto tale è costantemente alla ricerca di soluzioni di qualità da offrire a ognuno dei suoi *stakeholders*. Con **Stefano Ermacora**, amministratore delegato di Planet Fitness Italia, e con **Francesco Malatesta**, Senior Master Trainer TRX® (protagonista della copertina di questo numero), parliamo della nuova TRX® BOX, una struttura attrezzata completa, che comprende soluzioni di ancoraggio, attrezzi, accessori, decorazione murale e pavimentazione e una serie di contenuti di formazione, supporto marketing e l'assistenza necessaria per entrare a far parte di una community mondiale che conta oltre 40 milioni di praticanti.

### Cosa vi ha spinto a proporre la TRX® BOX?

**Stefano Ermacora:** "Grazie a un'analisi dell'andamento del mercato di settore, la decisione di offrire questa soluzione si propone come innovativa in quanto si va oltre al prodotto, oltre al brand, mettendo a disposizione un intero spazio di fruizione dedicato all'eccellenza del Funzionale cioè la TRX® Experience".

### Mirate a offrire un'esperienza quanto più completa...

**Stefano Ermacora:** "Ad oggi il fitness è uno strumento di condivisione, un mezzo di trasmissione, e per TRX® in particolare, di filosofia che si contraddistingue per far vivere ai suoi *addicted* un'esperienza totalizzante, che permette di entrare a far parte del mondo TRX® a 360 gradi. Come incrementare il senso di partecipazione e renderlo ancor più intenso, se non in questo modo, diretto e genuino?"

#### Dal Web

Per entrare nel mondo TRX®  
collegati al sito  
<http://www.trxtraining.it/>



E questo vale, a mio parere, sia per i trainer, sia per gli iscritti, sia per i gestori di club”.

### Quali sono i possibili impieghi di TRX® BOX?

**Stefano Ermacora:** “È un’area che risponde a due tipi di necessità, nonché realtà professionali: può dar vita a un spazio dedicato autonomo ma, allo stesso modo, è perfettamente inseribile all’interno di palestre e centri sportivi, nei quali si integra sinergicamente con le altre attività”.

### Quali sono le caratteristiche tecniche della BOX?

**Stefano Ermacora:** “Le dimensioni di TRX® BOX variano da circa 24 a 96 metri quadrati; la cosa bella è che chi decide di imbattersi in questa esperienza professionale è supportato, oltre che fornito, al 100%: tutti i materiali necessari infatti sono disponibili da subito e inclusi nel contratto”.

### Da un punto di vista imprenditoriale e commerciale: quali opportunità di business offre?

**Stefano Ermacora:** “Il funzionale è ormai un requisito, una vera e propria necessità, in qualsiasi palestra e per qualsiasi boutique fitness, e TRX® è il funzionale per eccellenza. TRX® BOX è dunque la miglior soluzione per scegliere il funzionale per eccellenza, intesa come zona dedicata, sia come scelta esclusiva di spazio brandizzato e finalizzato all’allenamento su misura garantito dalla migliore formazione, dai trainer più preparati a livello internazionale e da una moltitudine di programmi che gli stessi propongono rispetto alle necessità di ciascun cliente. Ha tutto al suo interno, e lo spazio è direttamente gestito: con un minimo investimento si dà vita ad un centro completo ed accessoriato. In un periodo come quello che stiamo vivendo tante sono le novità, tante le evoluzioni, ma poche rimangono, e non tutte sono valide. TRX® BOX ha, come ho detto, una base qualitativa che garantisce la validità del prodotto, e permette anche e soprattutto ai giovani imprenditori del settore, di realizzare aspirazioni che normalmente potrebbero essere lontane e difficilmente raggiungibili. Sia a causa di una componente economica, sia dettate da una necessaria esperienza sul campo che, oggi come oggi, risulta difficile in quanto l’offerta di lavoro è scarsa”.

### Cosa significa allenarsi in una TRX® BOX? Qual è il valore aggiunto?

**Francesco Malatesta:** “Allenarsi in una TRX® BOX permette sicuramente di vivere la filosofia TRX® in primis, ma c’è un altro aspetto di fondamentale importanza che riguarda l’attenzione prestata dal trainer /gestore affiliato al brand: la garanzia di un allenamento corretto, seguito, direttamente studiato da chi nel



funzionale crede da sempre, assicura una tranquillità che spesso manca in realtà generiche. E poi i risultati. Attualmente TRX® è il sovrano indiscusso del funzionale, e non credo si tratti di una moda... chi lo pratica lo può dire, ed il corpo ne è il testimone più autentico: se i risultati ci sono non si può dubitare!”

### Su quali programmi e/o attrezzature TRX® punta per continuare a rimanere sulla breccia dell’onda nel settore del fitness funzionale e smarcarsi dalla concorrenza agguerrita?

**Francesco Malatesta:** “TRX® si è ormai distaccata dall’idea riduttiva di singolo “prodotto”. Lo scopo primario del brand è diventato quello di mettere le persone nella condizione di *muoversi* meglio, al fine di *vivere* meglio. Dovendo tenere fede a questo macro obiettivo, le singole modalità proposte non sono importanti. Ci sono svariati tools che possono aiutare a centrare lo scopo, varie attrezzature e modalità di allenamento efficaci, come per esempio il TRX® Rip Training, che insegna a muoversi bene lavorando con più di 200 esercizi”.

### In che modo il TRX® BOX va ad ampliare/migliorare il tipo di allenamento proposto finora?

**Francesco Malatesta:** “TRX® BOX non è solamente una struttura in cui allenarsi, ma soprattutto *contenuti* di alto livello, necessari affinché la struttura venga ottimizzata. Chi aderisce a TRX® BOX può accedere a una serie di contenuti di formazione esclusivi, tramite un’area riservata del sito, che consentono di ampliare la conoscenza dei trainer e dei gestori: una serie di tutorial, articoli, risultati di ricerche, consigli specifici sul mondo del funzionale realizzati da chi ha fatto del funzionale la sua missione di vita e di studio”.

*Intervista a cura della Redazione*



**Francesco Malatesta**  
Senior Master Trainer TRX®



**Stefano Ermacora**  
amministratore delegato  
di Planet Fitness Italia

tutti gli accessori  
per  
ALLENAMENTO  
FUNZIONALE FITNESS CROSSFIT®  
e molto altro ancora!

**faress**®  
Specialisti nello sport



**faress**  
Specialisti nello sport

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

# RIMINIWELLNESS

## ECCO IL FITNESS 3.0



Il palco Reebok Les Mills a RiminiWellness

Facciamo il punto su tutto ciò che abbiamo visto e apprezzato a Rimini Wellness 2017, la fiera del fitness più rilevante in Italia

**I**dee, realtà, opportunità: quest'anno all'appuntamento con Rimini Wellness, la fiera più importante del fitness e wellness italiano che si è tenuta dal 1 al 4 giugno a Rimini, si è respirata un'energia positiva che lascia spazio a rosee prospettive per il futuro del settore. Le aziende hanno presentato prodotti – corsi, metodi o attrezzature – dimostrando di avere una gran voglia di fare e di innovare. Spicca **Reaxing** by Matrix Fitness Italia (distributore italiano), una rivoluzione nell'allenamento neuromuscolare: tramite strumenti come la **Reaxboard**, una sorta di pavimento “intelligente”, e la **Reaxchain**, una catena di anelli flessibili utilizzabile in svariati modi (attrezzature insignite dell'Innovation Award al FIBO 2016 e 2017), si spingono corpo e mente a reagire a determinati stimoli (impulsi dati da luci, suoni, stimolazioni tattili e/o interferenze motorie improvvise), somministrati in modo graduale e controllato a chi si allena, con azioni biomeccaniche, biochimiche e biofisiche. Un metodo per allenare i sensi e migliorare le performance, rivolto agli atleti ma anche a chiunque si avvicini all'attività sportiva, bambini compresi. Matrix si presenta a Rimini anche con il metodo **HIIT Ballet**, ideato dal ballerino e coreografo José Perez, un mix di danza classica (per tutti

e fitness, da effettuarsi su una particolare pedana, che tonifica e allena i muscoli propriocettivi. Per gli amanti del TRX®, arriva **TRX® BOX**, un'esclusiva area di allenamento funzionale pre-confezionata di 80mq costituita da una struttura con attrezzi, accessori, soluzioni di ancoraggio, decorazione murale e pavimentazione e acquistabile dai centri fitness e dai personal trainer TRX® addicted. L'allenamento breve e intenso piace, come dimostra l'interesse per **7urning**, un programma costituito da 7 stazioni di esercizi a circuito (training cardiovascolare, forza, resistenza, velocità, potenza, destrezza, agilità, equilibrio) e in successione tra loro, ognuno della durata di 7 minuti, supportato dall'ausilio di proiezioni video immersive e virtuali proiettati durante il training.

### Rowing e “scale” per allenare tutto il corpo

Tra i macchinari, spopolano rowing, bike e “scale”: **Technogym** punta su Skillrow, che simula il canottaggio in acqua, e MyCycling™, il nuovo macchinario studiato per l'indoor training dedicato ai ciclisti da strada, mountain bike e bici da crono. **Canali System** ha invece presentato le nuove macchine, ideate dal professor Vincenzo Canali, che propongono un

# OSSIGENO DA BERE

## oxygenizer

nuovo concetto di allenamento dove l'attrezzo si muove insieme alla persona accompagnandone i movimenti del corpo, in particolare del bacino, in modo da evitare traumi alla colonna e problemi articolari. Le "scale", a pioli o a gradini (Jacobs Ladder Cardio Machines, Laddermill Ascender e Treadwall by Brewer, ClimbMill by Matrix), allenano intensamente gambe e/o braccia, anche di chi ama scalare.

### Presentati i corsi della nuova stagione

Le grandi aziende del settore hanno presentato i corsi della nuova stagione: **Virgin Active** ha mostrato in anteprima mondiale Water Grid, un allenamento in acqua ad alto impatto, e una serie di masterclass "powered by Fitbit". **Les Mills** si conferma con la propria missione: far innamorare del fitness e portare chiunque – o quasi – a muoversi. Sh'bam, Bodystep, Bodyattack, Bodyjam, Bodycombat, Cxworx e l'amatissimo BodyPump (lo scorso gennaio si è celebrata in tutto il mondo in contemporanea la 100ma edizione di BodyPump™, per il 25° anniversario dalla nascita) sono andati in scena sul palco di Reebok/Les Mills con i migliori presenter internazionali. **Reebok**, tra le tante discipline, punta ancora una volta sui training del partner Crossfit®, dai WOD adatti a tutti alle Clinic più specifiche fino ai protocolli per gli atleti (come quello ideato per Dominik Fischnaller, azzurro campione dello slittino). A Rimini non sono poi mancati il **Piloxing**, tecnica in ascesa (proprio in questo periodo si stanno tenendo in Italia i corsi istruttori) e lo **Zumba®** nella sua versione Strong, per chi è alla ricerca di un allenamento più intenso.

### Boxe e trampolino entrano in acqua

Le discipline acquatiche proposte si concentrano su tutta una gamma di attrezzature utilizzabili in piscina: si va dai pali di **Acquapole**, ideatore anche di protocolli specifici, a tutta la gamma di **Aquatix**, tra cui i trampolini elastici che si differenziano da quelli di altri marchi perché, quando non utilizzati, possono essere impilati l'uno sull'altro, con notevole risparmio di spazio. Il filone boxe approda in piscina in tutte le sue discipline: Dorman Racines, guru del bootcamp, ha rivisitato gli allenamenti all'asciutto presentando **Boxing Splash**, un mix di musica, kick boxing e sparringball con tempi acquatici. Ma a fare da padrone sono le pedane (o tavole) che costringono a un allenamento intensificato a causa dell'instabilità data dalla superficie dell'acqua: Reax Raft Loading Board by Matrix e Fitness Board per svolgere gli esercizi del **Fit Paddling**, nuova disciplina che si basa sui principi della propriocettività.



L'acqua minerale naturale delle Dolomiti arricchita con il 3000% in più di ossigeno rispetto alle normali acque in commercio.

L'ossigeno riduce la secrezione di acido lattico, principale responsabile della stanchezza e spossatezza, aumenta la produzione di energia ed attiva le cellule.

Oxygenizer consente un recupero veloce dopo le prestazioni sportive, diminuisce la frequenza cardiaca e la produzione di acido lattico in fase sforzo fisico.

## DIVENTA RIVENDITORE / ACQUISTA



[WWW.MULTIBRANDSRL.COM/OXYGIZER](http://WWW.MULTIBRANDSRL.COM/OXYGIZER)



### Dal Web

Vuoi scrivere un commento su questo articolo? Collegati al sito [www.lapalestra.net/archivio-articoli/](http://www.lapalestra.net/archivio-articoli/)



### Nuove frontiere dell'elettrostimolazione

La nuova frontiera dell'elettrostimolazione (**Miha Bodytech**, **Urban Fitness**) propone allenamenti brevi (20 minuti, da effettuare 1 o al massimo 2 volte a settimana in centri specializzati che adottano il metodo) che coinvolgono tutti i muscoli del corpo.

La contrazione muscolare attiva, con movimenti volontari, e passiva, determinata dagli elettrodi, permette di ottenere una buona condizione fisica in poco tempo. Una versione senza fili è quella di **AQ8 System**.

### Alimentazione: la tendenza è Vegan

Per quanto riguarda il settore alimentazione, la tendenza è sempre più quella di andare verso il naturale o, addirittura, il "vegan style": **Enervit**, sul filone della Positive Nutrition, propone i nuovi prodotti della linea Gymline Muscle adatti anche ai vegani perché composti esclusivamente da proteine di origine vegetale. **Pro Action**, accanto alla gamma di integratori pensata per gli amanti del CrossFit (la linea ProAction Rep Crusher), propone una serie di prodotti certificati Vegan Ok.

### Il futuro del fitness è in streaming

Ma RiminiWellness non è solo movimento. Tanti sono stati i convegni e gli incontri per parlare del presente e del futuro del fitness. L'appuntamento della startup **Flitfit**, nata in collaborazione con EasyRay e Microsoft, ha destato molta curiosità: l'innovativa piattaforma software/hardware permette la trasmissione in streaming delle lezioni di fitness, mentre il Flitfit Live Streaming Store mette in vendita i grandi eventi, con modalità simili a quelle degli store

di Microsoft, Apple, e Google. Nel contesto di una vita sempre più frenetica dove tener fede agli impegni, specialmente quelli che riguardano il "tempo libero", diventa sempre più complesso, gli operatori del settore, i trainer e i gestori dei centri fitness possono dare la possibilità ai propri clienti di seguire le lezioni anche in diretta streaming o in differita tramite i fitness podcast.

Nel contesto di RiminiWellness si è tenuto anche il convegno **Anif** (Associazione Nazionale Impianti Sport & Fitness) sulla Riforma per lo Sport Dilettantistico a cui il pubblico ha partecipato numeroso, per fare il punto e discutere sulla situazione della proposta di legge.

### La cultura in movimento

Un'altra tendenza "fuori" dalla palestra che sta prendendo piede è quella della visita culturale della città con allenamento abbinato. Un format che sta approdando in molte località italiane e che a Rimini è stato portato da **Max Grossi**, ideatore di HEAT Program, che ha organizzato una camminata notturna per il centro storico: il silenzio della sera, intervallato solo dalla voce che arrivava ai partecipanti in cuffia, ha entusiasmato i presenti.

### Il Bodybuilding si fa Natural

Concludo parlando di un'altra novità, il "caro vecchio" bodybuilding firmato IFBB Italia e Panatta sono tornati in fiera con un intero padiglione. Quello che si nota è un approccio sempre più soft alla disciplina. Sono praticamente scomparse (o comunque molto circoscritte) le montagne di muscoli che sapevano tanto di artificiale e forzato, per lasciare il posto a persone appassionate di una cultura fisica sana e davvero "fit".

*Valentina Schenone*



**Valentina Schenone**

Laureata in Scienze Motorie, Master in Management dello Sport, giornalista dal 1999 nei settori fitness, alimentazione, sport, turismo e benessere.

# HBX

HUMAN BODY EXERCISE

**EXPERTISE  
TRAINING  
SOLUTION**



**HBX BURN**

**TRX MOVE**

**HBX WRESTLING**

**TRX FUSION**

**HBX BOXING**



Contatti:  
[commerciale@hbxttraining.com](mailto:commerciale@hbxttraining.com)  
02 49 87 881

**HBXTRAINING.COM**

# RECEPTION

## LE 10 COSE CHE DEVE FARE...



Un'analisi schematica di ciò che la reception fa, o dovrebbe fare, all'interno di un qualsiasi centro fitness

**A**bbiamo già affrontato più volte l'argomento reception, anzi sono in tanti ad aver scritto su questo argomento, ma il desiderio forte di riprenderlo nasce da ciò che mi capita di osservare e sentire durante il mio girovagare per centri sportivi e wellness club. Credo che occorra sintetizzare e schematizzare ciò che una reception rappresenta e svolge all'interno di un qualsiasi centro che offre servizi. Innanzitutto il lavoro in reception va diviso in tre impegni diversi tra loro ma che ovviamente interagiscono:

- Front Office
- Segreteria
- Commerciale

**Lo sviluppo di questi ambiti lo sintetizzerei perciò in 10 punti!**

**Front Office:**

1. Accoglienza
2. Controllo accessi
3. Centro servizi e comunicazione

**Segreteria**

4. Archivio e riordino
5. Riferimento amministrativo
6. Verifica pulizie dell'area ingresso
7. Regolamentazione turni commerciali
8. Regolamentazione turni istruttori

**Commerciale**

9. Sviluppo commerciale servizi aggiuntivi
10. Cross selling merchandising

1) Iniziando dall'accoglienza, è bene ricordare che il desk e chi ci lavora sono le prime immagini che vede un potenziale cliente quando entra. Personale, luci, colori e arredo sono le prime emozioni che una persona riceve. Tutti noi subiamo emozioni positive o negative quando entriamo in un qualsiasi esercizio commerciale (ristorante, albergo, palestra, ecc).

**Il personale perciò deve accogliere comunicando positività**, con sorriso, gentilezza, senza aggressività, con un aspetto sempre curato (ecco perché una divisa è sempre meglio) e dando l'impressione che il personale è lì ad accogliere chi entra. Non farsi mai trovare perciò al telefono, dando le spalle, o parlando con qualche collega.

2) Ogni volta che una persona varca il tornello mette in moto il controllo accessi.

Lo sappiamo tutti, ma è fondamentale che il personale lo controlli, legga le sue comunicazioni, lo storico del cliente (scadenza, pendenze amministrative, acquisti, periodicità, ecc.). Può accadere che ci siano momenti in cui gli ingressi sono tanti e perciò non si ha tempo di leggere tutto, ma allora è **necessario che nei tempi morti si vada a vedere gli ultimi ingressi persi per poter essere informati globalmente** (anche e non solo sapere chi è in "casa"). Sono tante le informazioni che poi si possono segnalare al settore commerciale, alla direzione, ai tecnici; attivando così un lavoro di squadra che può dare solo ottimi frutti.

3) Quando un cliente ha bisogno di informazioni, ha una necessità o ha da fare una segnalazione o un reclamo, va sempre alla reception. Capita anche negli alberghi, salvo casi estremi, nessuno chiama il direttore per dire o chiedere qualche cosa. **La reception è**

# ACCETTA LA SFIDA



**CHANGE YOUR GAME**

**LES MILLS**  
**GRIT**

---

**STRENGTH - PLYO - CARDIO**

---

info@lesmills.it - 02 49 87 881

LES MILLS.IT

## Il personale della reception deve sempre sapere come comportarsi in caso di lamentele e richieste da parte dei clienti

e deve essere sempre un centro servizi e comunicazione. Il posto verso cui convergono lamentele, richieste, comunicazioni di ogni genere; dal quale poi partono verso i settori specifici. Non può quindi succedere che il personale non sia preparato o non sappia cosa fare. Deve sapere cosa sta succedendo, variazioni di orari o servizi, problemi di manutenzione, e tutte le comunicazioni che a doppio senso di circolazione vanno e vengono dal desk e al desk.

4) La convergenza di informazioni e segnalazioni, la creazione di nuovi servizi, la posta in arrivo, curricula di tutto il personale in entrata e così via, determina una certa quantità di materiale che si accumula sul bancone reception. La scrivania e l'archivio devono essere sempre a posto e ben raggiungibili. A ogni richiesta o verifica si deve poter consultare i documenti in fretta e senza sbagliare. Inoltre **una reception ordinata offre un'immagine positiva di tutto il centro**; una reception organizzata ed efficiente esalta le qualità del centro stesso.

5) Esiste purtroppo per molti anche la parte amministrativa, alla quale voglio dedicare solo poche righe per questo articolo. Una reception è accoglienza, punto di riferimento per tutti, centro servizi e comunicazione e quindi anche centro di riferimento per la parte amministrativa riferita ai clienti.

Escludendo nella maniera più assoluta che un cliente vada in amministrazione per la richiesta di una fattura o ricevuta, **occorre che sia proprio il desk il luogo dove si rilasciano i dati per emettere fatture, e per consegnarle**. Una volta che il personale riceve le essenziali informazioni da dare sull'argomento, sarà proprio il luogo di archivio e consegna di documenti amministrativi da smistare.

6) Tutti i settori devono essere impostati con un responsabile che deve collaborare al buon andamento di tutto il centro, perciò si occuperà di monitorare le pulizie della sua area.

**La reception quindi controllerà che l'area dell'ingresso sia sempre pulita, in ordine e in perfetta efficienza.** Ciò fa parte della buona funzionalità del centro e di una buona accoglienza e quindi di una buona immagine.

7) In una struttura dove il settore commerciale è costituito da più venditori, occorre che la turnazione sia regolata da chi accoglie in prima battuta il potenziale cliente. Essendo il sistema di vendita impostato solitamente su un calcolo provvigionale, è bene che non ci siano occasioni di discussione tra i professionisti (specie se in

presenza del cliente). **La reception perciò dovrà essere in grado di regolare l'assegnazione dei tour e/o eventuali rinnovi.** Tramite il controllo accessi, è proprio alla reception che si possono monitorare saldi, acconti, rinnovi, sospensioni, ecc. Il sistema di turnazione dovrà essere impostato con un software che verrà gestito proprio al desk.

8) Stessa impostazione vale per la regolamentazione dei turni degli istruttori, che dovranno firmare ingresso e uscita proprio alla reception. L'archiviazione della tabella degli orari deve essere sempre in ordine e alla portata sia del collaboratore che del responsabile per poter verificare. La reception deve poi preoccuparsi di avere **sempre aggiornato il planning dei corsi**, tanto da poterlo divulgare ai clienti.

9) L'aspetto puramente commerciale che coinvolge l'area reception è la **divulgazione e lo sviluppo dei servizi aggiuntivi**.

Promuovere e vendere visite mediche, personal trainer, diete, trattamenti estetici e benessere, fa parte dello sviluppo commerciale del centro. Le visite mediche non hanno solo un aspetto di prevenzione, ma fanno parte dei prodotti da divulgare e vendere perché parte integrante dell'attività del centro e come tale va promossa e venduta. Questo vale ovviamente anche per gli altri servizi. Mai dare l'impressione al cliente che la reception non sia coinvolta, perché ciò che si percepisce poi è che un settore del centro non crede in questi servizi e perciò questi non sono validi. Nel promuovere e monitorare l'andamento delle visite o dei PT, o di altri servizi, esiste un messaggio di interessamento al cliente, al quale non può che far piacere.

10) Infine esiste la **promozione e la vendita del merchandising** (cappellini, magliette, borse, zainetti, asciugamani, ecc.) tutti prodotti che sostengono e veicolano l'immagine del centro attraverso il logo. Il posto migliore per la sua presentazione non può essere che l'ingresso, in reception, perché di immediata visibilità per chi entra. Il personale di reception ha come compito quello di sviluppare questa parte di attività incrementando, come nei servizi aggiuntivi, il fatturato del centro.

Per concludere, si può quindi riassumere che alla reception c'è sempre da fare, anzi direi che le cose da fare sono parecchie e perciò occorre organizzazione e precisione, ma se si parte con questo impegno e con questa organizzazione, il centro è a metà dell'opera.

Fabio Swich

### Dal Web

Vuoi scrivere un commento su questo articolo?

Collegati al sito

[www.lapalestra.net/archivio-articoli/](http://www.lapalestra.net/archivio-articoli/)



#### Fabio Swich

Ideatore di UpWell società di servizi benessere, pioniere del cardio-fitness dal 1986, consulente wellness, autore di articoli su diverse riviste sportive di settore.

# IL NOLEGGIO OPERATIVO DI

# Sellfit®

prodotti e idee per il fitness

## costi bassi e formazione inclusa

Una proposta adeguata ai tempi  
e alle esigenze dei gestori  
dei centri fitness

**NOLEGGIO DEI MACCHINARI  
A UN COSTO  
MENSILE MOLTO BASSO**

comprensivo di

**formazione tecnica in sede**

**per i trainer per l'impiego del treadmill**

e di **marketing per i centri**

con **manutenzione dei macchinari inclusa**



### Esempi di noleggio proposti

#### TAPPETI A TRASCINAMENTO:

- Tr 20.16 nuovi: **rata mensile € 23,00**  
riscatto dopo 60 mesi € 54,00
- Tr 20.16 nuovi: **rata mensile € 26,50**  
riscatto dopo 60 mesi € 63,00  
comprensivo di formazione istruttori
- Tr 20.10 rigenerati: **rata mensile € 17,00**  
riscatto dopo 60 mesi € 40,00
- Striding/Joy Walk/Fit Walker rigenerati:  
**rata mensile € 13,00** dopo 60 mesi € 30,50

#### BIKE DA SPINNING® E INDOOR CYCLING:

- Bk 20.10 nuove: **rata mensile € 22,00**  
dopo 60 mesi € 52,00
- Bk 20.10/Star Trac Pro rigenerate:  
**rata mensile € 13,00** dopo 60 mesi € 30,50
- Schwinn rigenerate: **rata mensile € 12,00**  
dopo 60 mesi € 28,20

costi comprensivi di IVA



**TREK MILL**

connessione totale



**Sellfit s.r. l.**

Via Madon n. 11 - 12080 Vicoforte (Cn)

Tel. 0174/563782 - Fax 0174/565828 - [www.sellfit.com](http://www.sellfit.com) - [info@sellfit.com](mailto:info@sellfit.com)

# WORK ENGAGEMENT

## COME APPASSIONARE I NOSTRI DIPENDENTI



**Come aumentare il livello di attaccamento dei dipendenti al proprio lavoro? Quali tecniche motivazionali possono favorire il Work Engagement?**

**"M**etterci insieme è un inizio, rimanere insieme è un progresso, lavorare insieme un successo". Già agli inizi del '900 Henry Ford, fondatore dell'omonima scuderia automobilistica, aveva intuito quanto impegnativo fosse riuscire a restare uniti in un team di lavoro. Quante volte si sentono imprenditori lamentarsi dei propri dipendenti, definendoli persone irresponsabili, capaci soltanto di lamentarsi del proprio lavoro, poco propensi alla crescita professionale?

### **Il lavoro è anche un piacere?**

La domanda da porsi è: possibile che ai giorni nostri il lavoro sia solo routine e non dia alcun benessere psicologico (e non solo economico e sociale) all'individuo? Secondo molti psicologi del lavoro, le cose stanno un po' meglio di così e ci sono molte persone per cui lavorare è piacevole, appassionante, addirittura divertente. Questa strana malattia si chiama **Work Engagement**; non esiste una traduzione italiana coniata *ad hoc*, ma potremmo definirla come **attaccamento positivo al lavoro**. Si riferisce ad una condizione psicologica associata al lavoro, positiva e soddisfacente,

caratterizzata da **vigore, dedizione e assorbimento**.

Analizzando nello specifico le tre caratteristiche, potremmo affermare che per vigore si intende l'elevata energia, fisica, mentale ed emotiva che queste persone mettono nel loro lavoro e la resistenza allo stress che sviluppano. La dedizione consiste nel lavorare con passione e nell'identificarsi con il proprio ruolo lavorativo, nelle attività che esso comporta e nel brand che rappresenta, poiché gli attribuiscono un importante significato personale. L'assorbimento, infine, riguarda l'essere pienamente concentrati nel proprio lavoro, limitando ogni fonte di distrazione, tanto da percepire la giornata lavorativa come breve e rapida<sup>1</sup>. Può venire naturale credere che la soluzione sia quella di cercare solo persone cosiddette **Work Engaged**, la cosa sorprendente, invece, è che **Work Engaged non si nasce, lo si diventa grazie ad alcuni importanti accorgimenti**. Non è solo una questione di personalità, di carattere, entrano in gioco soprattutto fattori legati all'organizzazione e ciò che l'azienda mette a disposizione dei lavoratori. Secondo le teorie più accreditate, infatti, il benessere psicologico che caratterizza questo

# L'ALLENAMENTO DEL FUTURO



## NOVITÀ 2017 ABBONAMENTI VIRTUALI SENZA LIMITI!

AMPLIA L'OFFERTA DELLA TUA SALA CORSI,  
INCREMENTA LE VENDITE DEGLI ABBONAMENTI!

### NON LASCERAI MAI PIÙ UNA SALA CORSI VUOTA! TUTTI I CORSI VIRTUALI CHE VUOI SENZA LIMITI!

Pagare l'affitto e il riscaldamento di una sala corsi che si riempie solo poche ore al giorno è  
**UNO SPRECO CHE NON TI PUOI PIU' PERMETTERE!**

Da gennaio 2017 tutte le lezioni saranno a tua disposizione in un unico abbonamento e senza più limiti,  
scegliendo tra aerobica, step, pilates, yoga...  
disponibili nella grande gamma di corsi presenti nella libreria virtuale.

## Nell'ambiente di lavoro si possono creare delle condizioni favorevoli per sviluppare nei dipendenti un maggiore attaccamento

### Dal Web

Vuoi scrivere un commento su questo articolo?

Collegati al sito [www.lapalestra.net/archivio-articoli/](http://www.lapalestra.net/archivio-articoli/)



**Elisabetta Pea**

Manager e socio fondatore del Tuscolana Fitness Club di Roma (gruppo Passion Fitness), dove si occupa di attività di marketing, gestione del personale, organizzazione eventi. Istruttrice fitness, esperta di comunicazione e di tecniche di motivazione personale.  
[elisabettapea@hotmail.com](mailto:elisabettapea@hotmail.com)

attaccamento positivo al lavoro sarebbe riproducibile nelle aziende adottando tecniche motivazionali che coinvolgano maggiormente il personale. Si tratterebbe, in particolare, di dimostrare fiducia nei dipendenti affidando loro incarichi di responsabilità e aumentando, allo stesso tempo, le risorse messe a disposizione dei lavoratori stessi. In altre parole, dunque, è possibile creare nell'ambiente di lavoro le condizioni favorevoli perché si sviluppino nei dipendenti un maggiore attaccamento al lavoro.

### Dare maggiori responsabilità

Il Work Engagement, inoltre, è tanto più forte quanto più sono alte le richieste lavorative: più la persona è messa di fronte a compiti impegnativi, sfide importanti, più potrà fare affidamento sulle sue risorse personali. E la cosa più straordinaria è che ciò produrrà un miglioramento delle performance e una maggiore soddisfazione lavorativa per le persone.

È stato infatti scientificamente dimostrato più volte, che maggiore è il senso di responsabilità che cerchiamo di sviluppare nelle persone che lavorano per noi e con noi e migliori sono i risultati che ottengono.

Wendy Ulrich, professoressa della Ross Business School dell'Università del Michigan, psicologa, esperta di coaching e guru della gestione delle risorse umane, durante il convegno - **Come i leader creano organizzazioni generatrici di senso e successo**, organizzato da CFMT, Cibiessa e IOCAP pochi anni fa, suggerì di **aiutare i dipendenti cercando di rafforzare i loro punti di forza, invece di cercare di colmarne le loro lacune.**

Purtroppo ad oggi gli studi dimostrano che solo un dipendente su tre nel mondo è realmente *Engaged*. Il campione analizzato ha evidenziato un livello di "impegno" medio: **38,4% di persone si sono dimostrate realmente highly Engaged**, 58,73% di persone sono risultate *moderately Engaged* e il 2,43% di persone sono state dichiarate totalmente *disengaged*<sup>2</sup>.

### L'arte della motivazione

A questo punto la domanda è d'obbligo: **come possiamo trasformare i nostri collaboratori in appassionati del lavoro completamente Work Engaged?**

Se volete tirare fuori il meglio dalle persone che avete intorno, dovete spingerle ad andare avanti e far sentire loro che sapete che possono fare grandi cose. Ci sono molti motivi per i quali spesso le persone si frenano e invece di fare un passo avanti iniziano ad indietreggiare. È a quel punto che il risultato previsto inizia ad allontanarsi da quello ottenuto.

L'arte di motivare passa prima di tutto attraverso la capacità di identificare le difficoltà che si presentano lungo il percorso e che sono inevitabili, ma a cui bisogna far fronte.

Per riuscirci, è fondamentale che ci sia una buona comunicazione nel gruppo.

Un'interazione basata sul rispetto, ma che stimoli anche l'assertività e l'espressione delle opinioni personali. **In quanto capi, non sempre avrete ragione.** Le persone che lavorano con voi possono vedere il progredire delle cose da un altro punto di vista. Per questo motivo, è positivo ascoltare l'opinione di tutti, in modo che ognuno si senta partecipe nel progetto.

Inoltre, ascoltare quello che pensano i vostri dipendenti vi regalerà sempre una prospettiva diversa sui problemi che si presenteranno.

Una prospettiva che, spesso, dal nostro ruolo di dirigenza, faticiamo a vedere.

### Individuare il giusto momento

La motivazione deve arrivare nel preciso istante in cui ce n'è bisogno. Per questo, in quanto responsabili di un gruppo, dobbiamo stare sempre attenti, per identificare i momenti in cui il nostro intervento come motivatori potrebbe essere necessario ed efficace. Platone affermava che è possibile comperare il lavoro di un uomo, la sua esperienza, i suoi consigli, ma non sarà mai possibile comperare l'entusiasmo, l'iniziativa, la devozione del cuore, della mente, dell'animo. Queste cose è necessario meritarsele con lealtà verso i lavoratori.

### Motivare non significa mettere pressione.

A volte confondiamo queste due cose e, per questo, non otteniamo i risultati sperati.

In quanto capi di una squadra, siete voi ad avere la responsabilità di stabilire i passaggi da seguire, le linee guida da tenere in considerazione e il ritmo di lavoro necessario per raggiungere l'obiettivo stabilito.

Una volta che tutti questi dettagli saranno chiari, è necessario dare spazio ai vari membri del gruppo. Permettere che stabiliscano il loro personale ritmo di lavoro, che rispettino le scadenze, che si sforzino e che non si perdano d'animo. Controllare cos'è che non va quando li vediamo in difficoltà, ma senza sottometerli ad una pressione eccessiva. Comunicare con il nostro team, interessarci a ciò che succede nelle loro vite personali, dare loro uno spazio e rompere gli schemi è molto importante nell'arte della motivazione. Non dobbiamo mai dimenticare che il nostro obiettivo è che siano contenti facendo qualcosa che richiede grande impegno e serietà. Sembra impossibile, ma in realtà non lo è. E allora che la trasformazione abbia inizio.

Elisabetta Pea

# ASSISTENZA TECNICA “DATEMI UN MARTELLO!?”

Da dove partire per avere risposte chiare, senza perdere tempo e denaro.

A cura di *Glauco Grassi* [www.fullsport.it](http://www.fullsport.it)

**E** non ditemi che non vi è mai venuta in mente questa “ipotesi” un po’ hard di fronte all’ennesimo guasto! Sì lo so, poi ci avete ripensato, e forse è stato un secondo errore! Chiedo scusa ai più sensibili e a chi ha molto da insegnare, anche a me - che pure credo di avere una discreta esperienza maturata sul campo. La verità è che **ogni giorno affrontiamo, più o meno consapevolmente, il dilemma: “e adesso che faccio con questo attrezzo?”**. Continuo a buttar soldi per tenerlo in vita fin quando posso, e soprattutto finché “lui” resiste, oppure prendo in considerazione altre ipotesi?

Ne abbiamo accennato di recente, a volte togliere di mezzo un attrezzo ormai obsoleto e in continua riparazione può risultare la cosa migliore, per più di un motivo. Ci sono, anche in questo caso, alcuni aspetti delicati cui prestare attenzione: uno tra tutti la riduzione del parco macchine, anche di poche unità (una...), può dare - più o meno consapevolmente - dei segnali all’interno di un centro. Il più sfavorevole è quello relativo alla percezione di alcuni clienti sulla capacità d’investire sull’attività e di conseguenza: per loro.

Qui a volte il martello enterebbe in gioco in un'altra direzione. Se c’è una macchina ferma, sono quasi sempre quelli che hanno tirato sullo sconto fino allo sfinimento che “fanno notare il disagio” (ndr. è un eufemismo che chi legge comprende, vero?) anche se, forse, su quella macchina non ci hanno mai messo piede!

E cosa c’entra l’Assistenza Tecnica? C’entra eccome! Innanzitutto, senza ripetersi, **ci sono guasti e condizioni di ridotta funzionalità che possono essere prevenuti**; magari non tutti, sicuramente molti. Poi c’è la famosa PS (Prova di Sopravvivenza). L’abbiamo chiamata così perché ormai da anni monitoriamo gli andamenti delle manutenzioni. Guardando i numeri, ci siamo accorti, che oltre un certo limite, anche le attrezzature dei Centri Fitness da noi assistiti, iniziano a dare segnali inequivocabili di esaurimento.

E dobbiamo proprio dirla tutta? Ci sono attrezzature, alcune che hanno davvero fatto la storia del Fitness e del Cardio Fitness, che in termini di efficienza e di durata sono, a distanza di vent’anni, più affidabili di certe new entry. E questo è un dato; che prescinde dalle preferenze di brand, sfido chiunque a dimostrarmi il contrario. La PS va fatta! Come? Consentitemi un piccolo segreto professionale, che vi svelerò solo in parte (se no cosa vi scrivo a fare?). Va fatta mettendo in campo le informazioni che devono esserci su ogni attrezzo: quante volte l’ho assistito, quante manutenzioni gli ho fatto, quante parti gli ho



sostituito e in quale sequenza; e poi quanto ci ho speso e quanto ci dovrò spendere nel medio-breve periodo, anche in termini di consumo energetico, d’immagine e di sicurezza.

E siccome avrete sicuramente qualche Assicurazione contro i rischi per i danni che possono subire incidentalmente i vostri clienti, informatevi bene se coprono tutto; ad esempio anche se non sono state fatte le necessarie manutenzioni a certi dispositivi esposti ad usura, come cavi, nastri, cinghie ecc. Prevenire (diceva qualcuno... e io mi associo) è meglio che curare.



#### Glauco Grassi

Fondatore di Fullsport. Creatore nel 1999 di una delle prime reti di assistenza tecnica dello Spinning®. Formatore e consulente Tecnico (I.S.E.F. statale di Milano) con l’abilitazione dei principali marchi del fitness mondiale.

[glauco@fullsport.it](mailto:glauco@fullsport.it)

# ATTIVITÀ AEROBICA E ALLENAMENTO CON I PESI



**Nel corso degli allenamenti in palestra è frequente domandarsi se è il caso di associare oppure no il lavoro aerobico e quello con i pesi**

**È** corretto svolgerli assieme? E in quale ordine? I principali dubbi riguardano la presenza di reali vantaggi e, posto che ve ne siano, ci si chiede quale debba essere il corretto ordine di esecuzione: **prima il cardio o prima i pesi?**

## Dipende dagli obiettivi

Come spesso succede nel mondo dell'allenamento, la risposta corretta in senso assoluto non esiste, e tutto dipende dagli obiettivi del soggetto. Nel dettaglio, se la priorità è quella di perdere peso, intendendo incrementare l'accesso alle riserve lipidiche, sarebbe più opportuno far precedere il lavoro con i pesi, se l'obiettivo è legato ad aumenti di forza o di ipertrofia, si può invece far precedere il lavoro aerobico ma con una attivazione di poco

superiore a un normale riscaldamento, come sarà chiarito a breve.

Per meglio comprendere la questione è opportuno analizzare le **evidenze scientifiche**.

## Prima il lavoro con i pesi

La teoria più diffusa sostiene la necessità di effettuare **prima il lavoro con i pesi** e successivamente l'attività cardio, trattandosi di lavori prevalentemente di tipo anaerobico l'impiego delle scorte glucidiche è prioritario quando si adoperano i sovraccarichi. Poiché l'impiego dei grassi è tecnicamente maggiore quando i livelli glucidici iniziano a calare, la fisiologica conseguenza è un più agevole uso degli acidi grassi nella successiva attività di cardiofitness, inoltre il grado di affaticamento prodotto dal lavoro con i pesi non è tale da compromettere il buon esito della performance aerobica che sarà svolta con un modesto livello di intensità, cosa che non potrebbe avvenire con una esecuzione inversa. Esistono ulteriori ragioni a sostegno di questa ipotesi, un lavoro con i sovraccarichi è in grado di indurre un rilascio di GH da parte dell'organismo ben superiore rispetto alle quote rilasciate dopo un lavoro aerobico, si parla di un rapporto che è di circa 3:1 a favore dell'attività con i pesi<sup>1</sup>. Il GH ha una forte capacità di indurre la mobilitazione e l'impiego degli acidi grassi, a tutto vantaggio quindi del processo dimagrante tanto più se il lavoro aerobico viene eseguito subito al termine dell'attività con i pesi. Esistono ulteriori motivazioni a sostegno di una prioritaria attivazione muscolare con i pesi, e sono correlate alla funzionalità della colonna vertebrale. Il lavoro aerobico, infatti, con riferimento specifico alla corsa, può indurre una temporanea e transitoria riduzione del volume dei dischi intervertebrali, soprattutto a livello toracico e lombare<sup>2</sup>. Appare evidente che questa situazione riduce drasticamente la performance funzionale della colonna, incrementando il potenziale rischio di infortuni derivante dall'impiego successivo dei sovraccarichi, soprattutto quando i carichi sono particolarmente elevati e in quegli esercizi che agiscono forte-

1) Goto et al. Prior endurance exercise attenuates growth hormone response to subsequent resistance exercise. *Eur J Appl Physiol*. 2005 Jun;94(3):333-8.

2) Kingsley et al. Moderate-intensity running causes intervertebral disc compression in young adults. *Med Sci Sports Exerc*. 2012 Nov;44(11):2199-204.

**fullsport.it**  
IL fitness partner

*Per fortuna nessun ferito! Poi...hanno chiamato **fullsport***



*È tempo di  
Manutenzioni  
Spostamenti  
Riallestimenti*

**NON RISCHIARE !**

**CHIAMA fullsport!**

**IL Servizio Tecnico garantito: dal Ricambio all'Assistenza, dalle Installazioni al Riposizionamento di Attrezzi e Palestre complete**

**#SOSfitness? Chiama gli Specialisti !**

[assistenza@fullsport.it](mailto:assistenza@fullsport.it) - Telefono: **030 2191564**

I Più forniti d'Italia di Ricambi Fitness Multimarca: [ricambi@fullsport.it](mailto:ricambi@fullsport.it)

## Lo stimolo aerobico ottimizza l'efficienza dell'AMPK, un enzima coinvolto nell'impiego dei grassi come fonte energetica

### Dal Web

Vuoi scrivere un commento su questo articolo?

Collegati al sito [www.lapalestra.net/archivio-articoli/](http://www.lapalestra.net/archivio-articoli/)



#### Pierluigi De Pascalis

Laureato in Scienze Motorie, è responsabile della formazione e divulgazione scientifica di NonSoloFitness e professore a contratto presso l'Università degli studi di Foggia ([pierluigi@depascalis.net](mailto:pierluigi@depascalis.net), [www.depascalis.net](http://www.depascalis.net)).

mente in termini di compressione sulle vertebre. In ultimo, il lavoro aerobico post-workout agevolerebbe la rimozione dei cataboliti prodotti precedentemente migliorando il recupero e riducendo perfino le sensazioni dolorifiche fisiologicamente prodotte dal lavoro con i pesi, ottimizzando pertanto le sessioni successive.

### Prima il lavoro cardio

Se ci si focalizza invece sull'interesse prioritario nei confronti di **elevati livelli di forza o di ipertrofia**, malgrado i pareri discordanti della ricerca scientifica, molti autori sostengono l'opportunità di far precedere un lavoro cardio che possa garantire un miglior riscaldamento consentendo di lavorare con un maggior grado di sicurezza nella fase successiva. È evidente che in questo caso, però, l'intensità e la durata della fase aerobica iniziale debba essere di poco maggiore rispetto a quella di un comune riscaldamento, resta quindi da determinare se possa essere considerato un lavoro cardio in senso stretto o semplicemente un riscaldamento eseguito in modalità più accurata.

Anche perché un'intensa stimolazione produce un drastico calo nella capacità di forza esprimibili da parte dei muscoli coinvolti, che si protrae per diverse ore a seguire, e divenendo impensabile potersi relazionare con carichi elevati.

Discorso analogo, relativamente ad un lavoro cardio che precede l'attività con i pesi, riguarda quei soggetti che hanno come priorità quella di migliorare la performance cardiocircolatoria e la resistenza generale, in questo caso iniziare con la fase aerobica, e prostrarla in termini di intensità e durata è d'obbligo, consapevoli che l'intensità della successiva stimolazione con i pesi non potrà essere di livello elevato.

### Perché svolgere il lavoro con i pesi prima dell'attività aerobica

- Ottimizza il processo di utilizzo dei grassi corporei
- Incrementa il rilascio di GH (maggiore impiego dei grassi)
- Riduce i rischi sulla colonna vertebrale derivanti dalla perdita di volume dei dischi intervertebrali
- Evita di giungere stanchi al lavoro con i sovraccarichi
- Riduce i DOMS migliorando il recupero
- Situazione perfetta per chi vuole migliorare la propria massa muscolare controllando i livelli di grasso corporeo.

Appare evidente quindi che l'ideale successione **dipende dagli obiettivi** del proprio allenamento e dal desiderio di enfatizzare l'impegno su uno o l'altro versante a seconda del risultato che si

intende raggiungere. Se consideriamo la semplificazione per effetto della quale la maggior parte delle persone che si allena in palestra ha l'obiettivo di migliorare la propria ipertrofia e contemporaneamente tenere sotto controllo il livello di grasso corporeo (nei limiti di quanto tali obiettivi si possano perseguire contemporaneamente), senza dubbio la migliore soluzione è quella di un lavoro aerobico di media/bassa intensità che segue un allenamento con i pesi con carichi adeguati, e che sarà comunque preceduto da un breve riscaldamento.

### Benefici per il cuore

Infine occorre ribadire e sottolineare due ulteriori elementi connessi alla pratica del lavoro aerobico associato all'allenamento con i sovraccarichi, a prescindere da qualsiasi altro fattore è innegabile che gli adattamenti cardiaci cronici derivanti da ciascuna delle due pratiche sia differente, e che il sostegno dell'attività aerobica sul muscolo cardiaco sia imprescindibilmente utile. Non fosse altro che per questa semplice evidenza, è possibile ritenere certamente utile e consigliabile la pratica aerobica anche da parte di chi manifesta un maggiore interesse per le discipline di forza e volume.

In secondo luogo, lo stimolo aerobico ottimizza l'**efficienza dell'AMPK** (la proteinchinasi AMP dipendente), un enzima direttamente coinvolto nell'impiego dei grassi come fonte energetica di approvvigionamento (oltre a equilibrare altri numerosi e fondamentali processi biologici). Per tale ragione, proprio nell'ottica di un lavoro finalizzato al controllo del peso corporeo, e più nel dettaglio della sua composizione, accanto all'imprescindibile utilità del lavoro con i pesi occorre associare una buona dose di attività aerobica.

Così come è vero che nel processo di controllo del peso è fondamentale mantenere un'elevata attività metabolica, è altrettanto vero che la fonte dalla quale si attinge per soddisfare le richieste energetiche è altrettanto importante. Se ci si fermasse al primo elemento del resto, ignorando quanto si qui è stato chiarito riguardo l'impiego dei grassi, si potrebbero agevolmente reperire dati scientifici che segnalano come una fase aerobica che precede una successiva fase di lavoro con i pesi è certamente in grado di produrre un interessante innalzamento del metabolismo nelle ore successive all'allenamento, ma non esistendo dati confortanti relativi ad un maggiore consumo lipidico, tale unica affermazione sarebbe fuorviante.

*Pierluigi De Pascalis*



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 dall'**AICS**,  
**ENTE DI PROMOZIONE SPORTIVA  
RICONOSCIUTO 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.



ENTE DI PROMOZIONE  
SPORTIVA  
RICONOSCIUTO  
DAL CONI

Siamo presenti in oltre 22 città:



Per info e iscrizioni [www.infocorsi.com](http://www.infocorsi.com) - tel. 06.40403925

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

# G-FORCE FIT-COMBAT

## L'ALLENAMENTO

### DEI GLADIATORI



**Il workout con la "spada" che coinvolge il corpo nella sua globalità e aiuta a diventare veri combattenti**

**P**ensavamo di averle viste e sentite tutte nel panorama del fitness e dei protocolli di allenamento in palestra, ma ci sbagliavamo! Ora a sorprenderci è un innovativo workout che introduce come strumento allenante niente di meno che una... spada. Eh sì, la **Fitsword** ha proprio l'aspetto di una spada, anche se ovviamente non si tratta di un'arma o di un oggetto da usare per ferire qualcuno, bensì di un attrezzo che aiuta a scolpire i muscoli di braccia, spalle, tronco e gambe in un vero Total Body Workout, che prende il nome di **G-Force FIT-COMBAT**.

Incuriositi da questo strumento fuori dal comune e da tutto quello che si cela dietro la sua nascita, abbiamo raggiunto i suoi ideatori, i fratelli **Luca e Andrea Mainini**, che non hanno esitato a raccontarci la loro storia sportiva e imprenditoriale.

#### Tutto ha inizio in un garage

"La nostra storia come imprenditori è molto recente e nasce, come talvolta succede, in un garage", spiega Luca Mainini. "Lì, per pura passione, abbiamo spesso costruito nuovi sistemi di allenamento per noi stessi alla ricerca di soluzioni più efficaci, mirate e stimolanti. Anni fa iniziammo ad allenarci con sistemi di training in sospensione, ma dopo alcuni mesi sentimmo che avevamo bisogno di qualcosa in più per migliorare le nostre performance; così abbiamo ragionato su qualcosa di diverso che permettesse di allenarci anche con resistenze maggiori e con esercizi dove i movimenti fossero più vari, funzionali e simili al gesto atletico che volevamo migliorare; per ottenere quello che volevamo abbiamo dovuto farcelo da noi... e a forza di modifiche e miglioramenti, abbiamo pensato che forse stavamo creando qualcosa di utile ed interessante anche per altri; ne abbiamo allora curato il design e abbiamo cercato soluzioni per passare alla fase di industrializzazione qui in Italia".

#### Un sistema allenante modulare

Il G-Force è un sistema di allenamento in sospensione modulare, super compatto ed espandibile con una numerosa serie di optional che lo rendono adatto tanto al fitness, che agli *action sports* (permettendo di allenare gesti specifici del surf, windsurf, sup, climbing, mountain bike, power moves della ginnastica, calisthenics, etc.). "Ci siamo 'fondati' con il crowdfunding (altra pratica innovativa che in Italia è ancora poco conosciuta e usata) appoggiandoci al sito americano **INDIEGOGO** e nel giro di 48 ore avevamo già raccolto i mezzi per avviare la prima messa in produzione ([www.indiegogo.com/projects/g-force-action-sports-training-system-fitness#/](http://www.indiegogo.com/projects/g-force-action-sports-training-system-fitness#/)).

Così sono iniziate le vendite... soprattutto in campo internazionale; benissimo sul mercato americano, insieme al mercato asiatico e all'Europa del Nord. E poi... senza pianificare troppo il nostro prossimo progetto innovativo,

abbiamo sviluppato il concept G-Force FIT-COMBAT ed un nuovo strumento per il fitness: la FITSWORD (cioè "spada per il fitness").

### Perché proprio una "spada" come attrezzo per il fitness?

"Anche questo progetto è nato creando qualcosa che doveva essere solo per me e mio fratello. Io sono un grande appassionato di film come *Gladiator*, *Troy*, *King Arthur*, *Guerre Stellari*... o serie TV come *Spartacus*, *Trono di Spade*... in cui vedo i protagonisti non solo combattere, ma dedicare molto tempo all'allenamento fisico; ed in effetti i gladiatori, anticamente, si mantenevano in forma allenandosi con spade e scudi pesanti da manovrare, coinvolgendo tutto il corpo con movimenti di attacco e difesa, schivando colpi, abbassandosi, saltando, allontanandosi dall'avversario, ecc.; questo allenamento, fatto di gesti funzionali e ripetuti in serie come nel training moderno, aiutava a scolpire i muscoli di braccia, spalle, tronco e gambe in un vero *Total Body Workout*; il combattimento, oltre che richiedere tecnica, richiedeva infatti di essere molto "fit". Per cui condivisi l'idea con mio fratello Andrea e proposi di costruire delle spade e degli scudi pesanti per noi due, per allenarci e

imparare a combattere, divertendoci... in un gioco che tutti abbiamo fatto da bambini; l'unico problema è che sarebbe stato un gioco pericoloso, in quanto l'uso di oggetti pesanti e messi in movimento avrebbe reso i colpi pesantissimi (per l'energia cinetica impressa).

Nei seguenti 2-3 mesi non parlammo più della cosa fino al giorno in cui mio fratello mi mostrò i prototipi delle spade che aveva ideato: la pericolosità delle spade era stata annullata, ma era rimasto il valore allenante; sperimentando i prototipi abbiamo iniziato ad intuire le potenzialità per il mondo del fitness e dello sport, e quindi, di nuovo, è partita la fase di progettazione, design e sperimentazione per le fasi di messa a punto e industrializzazione.

Abbiamo avuto la possibilità di presentare il concept al FIBO 2017 in Germania, grazie all'ospitalità di un'azienda italiana molto innovativa, Reaxing, che ha visto nel nostro prodotto la coerenza con la loro filosofia: ovvero l'allenamento per l'imprevedibile (visto che una delle più imprevedibili forme di interazione è proprio quella umana); nell'utilizzo legato al gioco o al duello tutto è infatti basato sulla capacità di risposta agli stimoli che provengono dal nostro avversario/partner di allenamento, in un continuum di interazioni e reazioni."

**La FITSWORD è una spada per il fitness priva di pericolosità, divertente, stimolante e dall'alto valore allenante**

ntenza

"Escalate" 550 Series Climber



20-40 degree incline

Unique Step-Height Variations

[info@ennerregi.com](mailto:info@ennerregi.com)



## CHI SONO ANDREA E LUCA MAININI



Andrea (nato nel 1967), ingegnere con lunga esperienza nell'ambito della progettazione e del design; Luca (nato nel 1973), laurea in Economia ed ampie esperienze nel campo delle vendite e dell'alta moda. Entrambi siamo stati ufficiali dell'esercito, uno negli Alpini e l'altro nei Paracadutisti. Ci definiamo multi-sport athletes, in quanto esperti di molte discipline sportive diverse tra loro: abbiamo avuto la possibilità di affrontare sia il mare (in surf, windsurf, kite e sup), che la montagna (climbing, mountain bike, sci e snowboard in tutte le loro forme), che l'aria (paracadutismo, deltaplano), che quanto offriva la nostra città (ginnastica artistica, atletica). E per i nostri sport ci è sempre piaciuto allenarci in modo specifico; così, sin dalla nostra adolescenza, il training è sempre andato di pari passo con lo sport.

**Gli impieghi della FITSWORD sono vari e dipendono dal tipo di approccio: fitness, light combat o combat**

### Quali sono le caratteristiche tecniche di questo attrezzo?

“Immagina uno strumento come una spada, un'ascia, una mazza da baseball o un semplice martello: il loro peso è prevalentemente concentrato sulla parte terminale, per cui l'energia cinetica associata al movimento di questa massa è devastante; l'intuizione è stata quella di spostare la maggior parte del peso sull'impugnatura e rendere lo stelo quanto più leggero e morbido possibile (compatibilmente con le possibilità tecniche); in questo modo ogni gesto ha un valore allenante per il fatto di dover mettere in moto, controllare e arrestare un oggetto pesante (come un manubrio), ma l'effetto in caso di impatto è abbastanza inoffensivo; concettualmente è un po' come impugnare al contrario un martello in cui il manico in legno sia stato rivestito con un materiale anti-shock.

A chi dovesse vedere analogie con un clubbell, possiamo dire che ne mantiene il valore allenante, ma ne riduce l'“effetto leva” sui polsi e quindi risulta meno invasivo; al contempo il fatto di avere la parte allungata leggera e morbida, permette di arrivare a fare esercizi molto più complessi ma in tutta sicurezza (un clubbell su un ginocchio e sulla testa ha conseguenze molto pesanti). L'effetto delle masse in rotazione resta invece molto simile, per cui il valore allenante e benefico sui muscoli e sulle articolazioni è assicurato”.

### Che tipo di impiego è quello corretto?

“Gli impieghi delle FITSWORD sono molto vari e dipendono dall'approccio, che può essere di tipo fitness, light combat o combat. Nel primo caso posso usarle per fare esercizi da solo o in gruppo, simulare movimenti di attacco e difesa che coinvolgono in maniera completa tutto il corpo: colpire, schivare o bloccare attacchi immaginari. Il tutto da imparare sia con il braccio destro che con il braccio sinistro al fine di assicurare uno sviluppo muscolare simmetrico e bilanciato, oltre che una incredibile coordinazione, alternando la FITSWORD da una mano all'altra ad ogni serie; musica e sequenze organizzate di movimenti possono arricchire ulteriormente il tutto.

Nel secondo caso, alla fase di apprendimento dei movimenti base, seguono esercizi di combattimento simulato a coppie o in gruppo.

Nel terzo caso si entra nel mondo degli sport da combattimento e delle arti marziali, dove il confronto è più “duro” e lo scopo non è più la sola simulazione dei movimenti base, ma la loro applicazione reale nell'intento di toccare o colpire l'avversario (in questo caso è fortemente consigliato l'uso di protezioni). Le FITSWORD possono poi essere inserite come attività integrativa nelle singole discipline del combattimento ed in particolare in quelle dove si usano già delle spade”.

### Quali obiettivi vi ponete riguardo questo strumento e programma di allenamento?

“Con le FITSWORD ci si allena divertendosi e imparando qualcosa di nuovo che nel momento del bisogno potrebbe rivelarsi utile. All'inizio dell'allenamento le FITSWORD si riescono a maneggiare con un certo agio, ma colpo dopo colpo (nonostante il loro peso comunque limitato fra 1,5 e 3,5 kg) sembrano diventare sempre più pesanti; fino al punto in cui non si riescono quasi più a sollevare, né per attaccare, né per difendersi dai colpi dell'avversario; ma devi comunque trovare la forza di andare avanti fintanto che l'avversario ha ancora energia per colpire. Questo allenamento ti porta sempre oltre la tua soglia di sopportazione, per fare quell'extra mile (quel miglio aggiuntivo) che un tempo avrebbe fatto la differenza fra la vita e la morte.

È un workout che coinvolge il corpo nella sua globalità ed è anche uno strumento sociale e di team-building. Può essere usato ovunque, in palestra come in casa o all'aperto. Può essere usato nel mondo degli sport di combattimento, così come integrato in altri sport per le tante caratteristiche allenanti che possono essere usate per migliorare le performance di altre discipline”.

*Intervista a cura della Redazione*

### Dal Web

Tutte le info su:  
<http://www.gravityforcetraining.com/>





# THE RE-MANUFACTORY<sup>®</sup>

COMMERCIAL GYM EQUIPMENT

## CARDIOFITNESS

PROMO TECHNOGYM EXCITE 700 LED 5 PZ



Run 700 - Bike 700  
Bike Recline 700 - Wave 700  
Synchro 700

€ 8.500\*

PROMO TECHNOGYM EXCITE 500 LED 10 PZ



3 Run 500 / 1 Stepper 500  
2 Bike 500 / 1 Synchro 500  
2 Bike Recline 500 / 1 Wave

€ 17.500\*

## LINEA FORZA

PALESTRA COMPLETA TECHNOGYM ELEMENT+



€ 30.000\*

PALESTRA COMPLETA TECHNOGYM SELECTION



€ 45.000\*

\*IVA E TRASPORTO ESCLUSO

Project and design by massive-web.com

USATO REVISIONATO COME NUOVO, GARANZIA 1 ANNO

Ph: +39 0823/457738

Ph: +39 0823/422787

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

[www.outletofwellness.com](http://www.outletofwellness.com)



Via Tagliatelle sc, Zona Industriale  
81020 S. Marco Evangelista - CE - Italia

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



# CONOSCERE LA BIOGINNASTICA® PER CONOSCERE SE STESSI



**Una metodologia  
di allenamento  
che parte  
dall'ascolto e ha  
come obiettivo il  
riequilibrio  
bio-fisiologico  
naturale del corpo**

**I**nsieme a **Stefania Tronconi**, ideatrice di Bioginnastica® e direttore didattico della scuola di formazione, scopriamo questa affascinante metodologia di allenamento nata negli anni '90 che consente di curare e prevenire molte patologie articolari particolarmente diffuse.

*Qual è il primario obiettivo che si pone la Bioginnastica®?*

L'obiettivo della Bioginnastica® è il riequilibrio bio-fisiologico naturale del corpo. Il corpo conosce le strade del ben-essere. Spesso dimentichiamo di ascoltarlo, perdiamo la conoscenza profonda del suo essere, e cerchiamo risposte all'esterno, mentre invece la Bioginnastica® ti riporta in contatto e in ascolto con questa forza vitale energetica e creativa che esiste nel corpo e nella sua realtà fisica ed oggettiva e che si esprime nel suo originale movimento.

*Qual è il percorso che suggerite per intraprendere il cammino verso il benessere?*

Si parte dall'ascolto: un colloquio personale in cui la persona racconta la sua problematica o aspettativa ed insieme si costruisce un percorso individualizzato e personalizzato. Possono essere proposte individuali o di gruppo, sino ad arrivare, se si desidera, a stage di approfondimento teorico e didattico e alla Scuola di formazione.

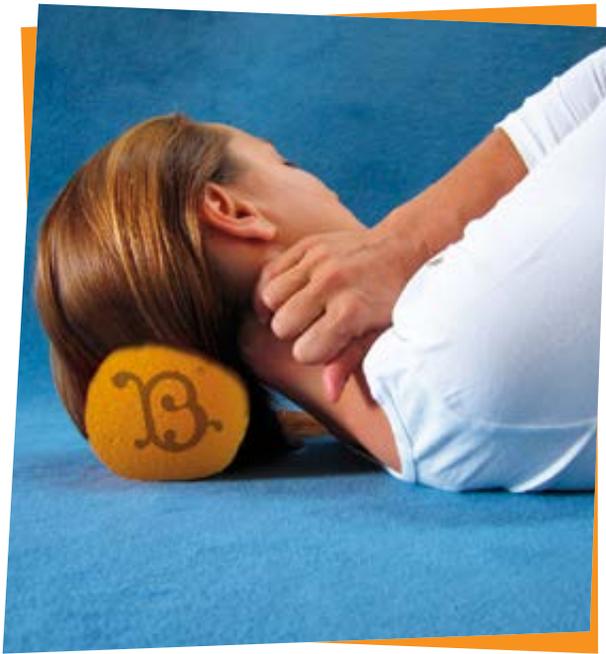
*Quali sono le problematiche tipiche che vengono "trattate" con la bioginnastica?*

Le problematiche che si presentano presso i nostri Biostudi o operatori sono spesso dolori o tensioni che si originano dall'alterazione posturale o sovraccarichi psicosomatici: lombalgie, cervicalgie, discopatie, ansia stress, alterazioni funzionali e carichi sportivi.

*Che tipo di preparazione e formazione bisogna avere per usare questa metodologia e aprire uno studio di Bioginnastica®?*

Per diventare operatori di Bioginnastica® occorre avere una formazione di base ricollegata alla corporalità: persone laureate in Scienze motorie, fisioterapisti, massofisioterapisti, osteopati, naturopati, medici, psicologi e preparatori atletici e fitness; si avvicinano anche educatori in attività specifiche come logopedisti e pedagogisti. Ognuno inserisce il lavoro di Bioginnastica® nella propria professione e professionalità.





*Qual è la vostra proposta formativa?  
Come si struttura?*

La nostra proposta formativa comprende un lavoro teorico-didattico per conoscere le leggi biofisiologiche del corpo psicosomatico e una parte personale per comprendere il senso del

lavoro proposto, partendo da noi stessi. Solo la conoscenza consolidata nell'esperienza diventa sapienza che può essere divulgata e trasmessa. Il corso è triennale, costruito in moduli didattici, stage e tirocinio per dare il tempo necessario ad integrare tutte le informazioni e consolidare in sé il percorso formativo.

*Quanti sono, e dove sono dislocati  
gli studi di Bioginnastica® in Italia?*

In Italia abbiamo creato, grazie alla passione e all'impegno di tanti operatori, diversi Biostudi: a Faenza (RA), Lugo (RA), Forlì, Riccione (RN), Cutigliano (PT), Marotta (PU), Castelnuovo del Garda (VR). Sono case della Bioginnastica® in cui le professionalità e le proposte sono diversificate per accogliere ed accompagnare l'allievo nel suo percorso: la molteplicità di proposte soddisfa ogni esigenza, e permette di ri-trovare il giusto spazio e tempo per sé.

*Tre aggettivi per descrivere  
sinteticamente ma efficacemente  
la Bioginnastica®?*

Se dovessi definire la Bioginnastica®, userei queste parole: ascolto, armonia, integrazione... per la libertà di essere se stessi.

*A cura della Redazione*



**Stefania Tronconi**  
ideatrice della metodologia  
Bioginnastica® e direttore didattico  
della scuola di formazione

Per approfondimenti  
visitate il sito:

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

## SCOPRI CHE COSA CI RENDE DIFFERENTI



Follow us...



# PaviFLEX

PAVIMENTI PER PALESTRE

[www.paviflex.es](http://www.paviflex.es)

# HOW TO? IMPARIAMO A FARE LE TRAZIONI



Le ragazze, seppur favorite da un miglior rapporto peso-potenza, in genere stentano a fare la prima trazione autonomamente. Vediamo come aiutarle

**I**l nostro primo articolo della serie “How to” si rivolge principalmente alle ragazze. Un uomo, a meno di non avere un rapporto peso-potenza estremamente sfavorevole, in genere chiude almeno una trazione. Non in bello stile ma una, la prima, la chiude. Anche per lui il percorso rimane lungo ma almeno la partenza è in base uno. Le ragazze, seppur favorite da un miglior rapporto peso-potenza, in genere stentano a fare la prima trazione autonomamente.

## Le cause? Un elenco non esaustivo ma indicativo potrebbe riportare:

1. Deficit generale di forza organica e di reclutamento neuromuscolare
2. Deficit particolare di forza nella presa della mano
3. Scarsa fiducia nelle proprie possibilità
4. Assenza di un pattern/percorso motorio istintivo ovvero “chi si arrampica più sugli alberi per cogliere la frutta”?
5. Errori nella costruzione del movimento trazione.

## I passi propedeutici fondamentali

La nostra attenzione avrà il focus principale sul punto 5 del precedente elenco. A nostro avviso i cinque migliori propedeutici, per portare una ragazza o un ragazzo a chiudere il suo primo “Chin up/Mento alla sbarra” sono:

1. Scarico parziale del peso con carrucola
2. Trazioni negative, eccentriche, in discesa per semplicità
3. Uso della spinta delle gambe in appoggio
4. Gli anelli olimpici usati in varie declinazioni
5. Gli elastici.

## Suggerimenti complementari

L'elenco non è completo, si potrebbe tranquillamente raddoppiare, sono solo i nostri preferiti!

LA PRIMA SCUOLA DI ALLENAMENTO  
**FUNZIONALE E MIOFASCIALE**  
PER ISTRUTTORI IN ITALIA

Functional  
School

Kettlebell  
School

Postural  
School

**FUNCTIONALTRAININGSCHOOL**



@FUNCTIONALTRAININGSCHOOL



Pilates  
Miofasciale

**HAMAZON**

Funzionale  
meets  
Miofasciale

**F.R.E.E**

Fascial  
Real  
Emotion

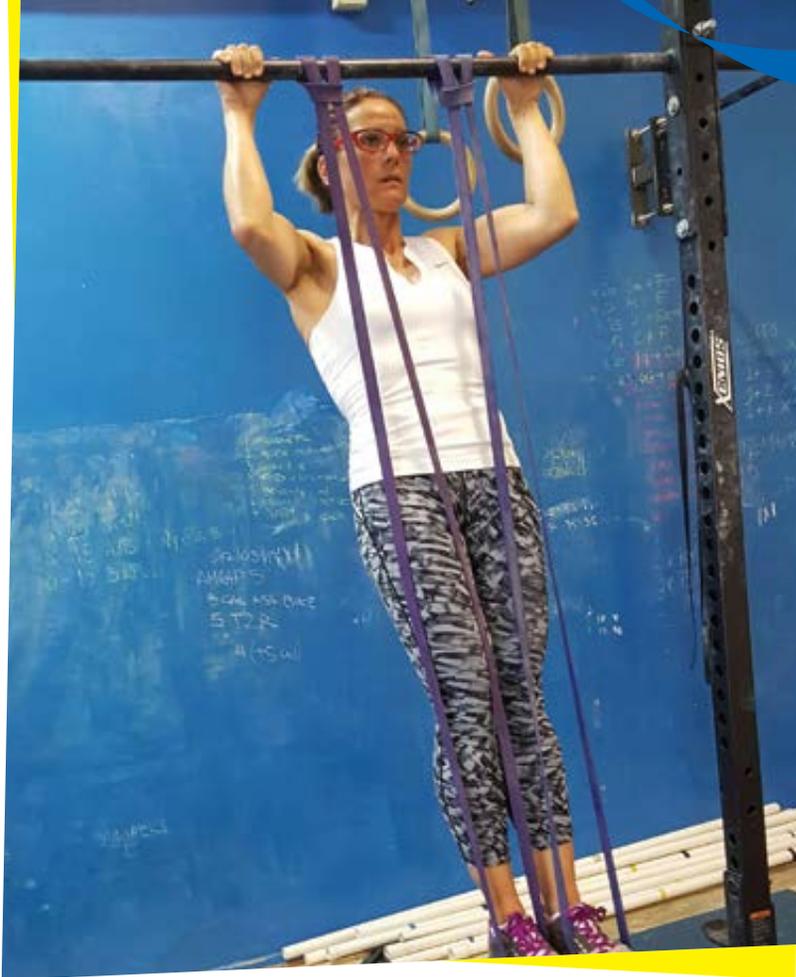
Rimini  
Milano  
Udine  
Roma  
Bari  
Lecce  
Napoli  
Palermo  
Sassari



+39 334 893 8902

**WWW.FUNCTIONALTRAININGSCHOOL.COM**





### Dal Web

Vuoi scrivere un commento su questo articolo? Collegati al sito [www.lapalestra.net/archivio-articoli/](http://www.lapalestra.net/archivio-articoli/)



Nota bene: questi accorgimenti che suggeriamo non si escludono a vicenda, semmai si completano e si alternano.

Gli elastici chiudono l'elenco, non a caso, pur essendo i più utilizzati, mentre le carrucole, pur avendo scarsa diffusione, sono in vetta alla scala gerarchica.

Le **trazioni in negativa**, che sono discese dalla posizione con il mento alla sbarra, pur avendo indubitabili pregi (la contrazione muscolare non conosce differenza tra salita e discesa e sono ottime per la costruzione della forza) a lungo andare "intossicano" il muscolo. Questo accade soprattutto nelle soste in chiusura totale dell'avambraccio sul braccio. Si confanno meglio a chi già ne completa almeno una in positiva. A quel punto un sovraccarico di circa il 10% del peso corporeo in negativa può essere un bel "booster" per aumentare nel totale delle ripetizioni ininterrotte, senza scendere a terra.

Un **box sotto i piedi per imparare a fare le trazioni** può essere una buona idea, si categorizza come "Jump pull up" e fa pure parte di un noto workout di CrossFit conosciuto come "Filthy Fifty" ([www.crossfit.com/workout/2006/12/04#/comments](http://www.crossfit.com/workout/2006/12/04#/comments)). Il focus più che sulle gambe andrebbe tenuto sull'azione del bacino e delle anche. Un bel ritmo lombo pelvico con la consapevole ricerca dell'ideale angolo di 60° in flessione ed estensione avrà poi,

ad esempio, un ottimo transfer nel "Kippin' pull up/ trazioni con oscillazione".

Gli **anelli olimpici** meriterebbero una più estesa trattazione. Due sole considerazioni "forti":

1. La possibilità di ruotare internamente il braccio chiudendolo al petto, aumenta la stabilità della spalla e la protegge da eccessive tensioni;
2. Essendo regolabili in altezza e in declinazione/inclinazione consentono una personalizzazione della progressione che non troveremo mai alla sbarra, infatti allontanando il busto dal suolo si riduce la quantità di lavoro da compiere, mentre con il tronco parallelo al pavimento l'impegno è pari se non superiore ad una trazione ordinaria. Le carrucole sono quelle più vicine al gesto libero e naturale. La discesa del contrappeso solleva l'atleta e viceversa.

Consentono di ottenere con buona approssimazione la percentuale di peso che si desidera sottrarre al lavoro dell'atleta. Con uno scarico del 50% del proprio peso quasi tutti chiudono una trazione. Si trova quindi un "minimale" dal quale, poi, giocando su serie e ripetizioni e peso sottratto con la carrucola si arriva rapidamente a fare le trazioni senza altro ausilio. Per contro necessitano di una struttura adattata al loro funzionamento e spesso dell'assistenza di un partner.

### L'impiego degli elastici

Gli elastici sono più semplici da usare, si trovano facilmente in commercio in varie gradazioni contrassegnate da un colore diverso in base alla resistenza. Il loro "transfer" migliore è verso le trazioni in assetto statico, senza colpo d'anca, dette "strict pull up", dato che le gambe vanno tenute rigide per tensionare la banda. Lo schema motorio è meno fedele rispetto alla carrucola. La spinta viene pur sempre dal basso, per questo sono in coda al nostro elenco. **Un semplice accorgimento potrebbe essere quello di usare due elastici, uno per ogni gamba** e non un solo elastico che le raccolga entrambe, questo al fine di costringere l'allievo ad un maggior equilibrio e controllo.

Prima di applicare una di queste strategie di miglioramento indiretto ad un allievo bisogna attentamente considerare le sue caratteristiche ed i suoi bisogni, senza un'accurata personalizzazione ci si affida più alla buona sorte che alla buona arte dell'insegnamento!

Nicola Andreini



### Nicola Andreini

Laureato in Scienze Politiche, gestisce e lavora in centri fitness dall'inizio degli anni novanta. CrossFit Level 1, TacFit Field Instructor, Clubbel Instructor, Sifu in Wing Tjun 4° G.T. Escrima Master, Istruttore K1 Kickboxing F.I.K.B.M.S. C.O.N.I. Appassionato di alpinismo invernale e di arrampicata sportiva.

# IL PARERE DEL TRIBUTARISTA

## Le Sponsorizzazioni Sportive

**L**o sport è il più antico strumento di comunicazione e il primo social mai esistito, difatti qualsiasi sport può essere complementare alle strategie di sviluppo e posizionamento di un'azienda.

Negli ultimi anni il numero degli *stakeholders* è cresciuto e conseguentemente sempre più brand importanti si sono legati al mondo sportivo attraverso partnership e sponsorizzazioni che permettono di accrescere la notorietà dello stesso. I differenti veicoli attraverso i quali realizzare le politiche di marketing sono l'atleta, il sodalizio sportivo, la federazione sportiva o il comitato organizzatore di un evento.

**In ambito di sponsorizzazioni si possono effettuare delle classificazioni in base al rapporto fra Azienda Sponsor/Prodotti e Attività Sponsorizzata:**

- S. Tecnico: l'utilizzo del prodotto veicolato è indispensabile durante l'attività sportiva, es. *abbigliamento*;
- S. di Settore: l'utilizzo del prodotto veicolato non è esclusivamente legato all'attività sportiva, es. *acqua*;
- S. Extra Settore: l'utilizzo del prodotto veicolato è totalmente avulso all'attività sportiva, es. *auto*.



Il documento in cui è contenuto l'accordo tra le parti è il contratto di sponsorizzazione, contratto atipico a titolo oneroso e a prestazione corrispettiva. La forma scritta non è obbligatoria, ma sicuramente consigliata sia per meglio regolare i rapporti sia per maggiore tutela in caso di accertamento.

In tema di sponsorizzazioni sportive dilettantistiche l'ordinamento tributario individua nell'art. 90 della legge n. 289 del 2002 la fonte normativa alla quale far riferimento. Infatti, secondo quanto previsto dal comma 8 della norma in esame, *"Il corrispettivo in denaro o in natura in favore di società, associazioni sportive dilettantistiche... riconosciuta dalle Federazioni sportive nazionali o da enti di promozione sportiva costituisce, per il soggetto erogante, fino ad un importo annuo complessivamente non superiore a 200.000 euro, spesa di pubblicità..."*. Lo scopo di questa norma, di evidente carattere di favore per il settore sportivo dilettantistico, è quello di agevolare la raccolta di quei fondi necessari per il conseguimento degli scopi sociali, venendo meno i finanziamenti che negli anni passati erano erogati dal CONI.

La norma ad oggetto è stata però negli anni ostracizzata da parte degli Uffici territoriali dell'Agenzia delle Entrate per mezzo dell'applicazione degli ordinari criteri di deducibilità statuiti dall'art. 109 del TUIR con conseguente riqualificazione delle somme erogate a spese di rappresentanza o erogazioni liberali. Tali posizioni venivano poi recepite dalla giurisprudenza.

La vera svolta di tale interpretazione è avvenuta con la sentenza della Corte di Cassazione del 23/03/2016 n. 5720, con la quale viene stabilito che "si considerano spese di pubblicità deducibili interamente nell'esercizio a prescindere dall'effettivo ritorno in termini di ricavi" privando di qualsiasi subordinazione normativa del comma 8 in commento al 109 TUIR. Pertanto, senza la presunzione di essere esaustivi, possiamo concludere che con il preciso rispetto delle indicazioni previste dalla legge - iscrizione al Registro Coni della Sponsee, importo inferiore a € 200.000,00, effettiva promozione del brand e del prodotto realizzata con una specifica attività dello sponsee - e una solida base documentale - dalla quale desumere quanto indicato nel contratto avente forma scritta, il pagamento tracciabile del corrispettivo e l'effettività della prestazione fornita - possono permettere di superare indenni eventuali contestazioni da parte dell'ufficio accertatore.



**Luca Mattonai**

Tributarista e legale rappresentante dello Studio Mattonai di Bientina, in provincia di Pisa, che fornisce assistenza per la costituzione e la gestione di ogni tipo di azienda e società sportiva.

Contatti: [luca@studiomattonai.it](mailto:luca@studiomattonai.it)

Se avete domande da rivolgere al tributarista, potete inviarle a [info@lapalestra.net](mailto:info@lapalestra.net)

# IL SENSO DI IMPOTENZA APPRESA IN PALESTRA



**Le trappole mentali che condizionano le nostre azioni e minano la nostra autostima: impariamo a riconoscerle e a contrastarle**

**L'**autostima è quel processo – fondato su percezioni di sé – che porta a valutare sé stessi. In altre parole è quello che proviamo nei confronti di noi stessi (la valutazione negativa o positiva che diamo alla nostra identità). L'autostima è un fattore fondamentale per creare un'identità forte nell'individuo. Tramite il concetto del sé (identità) e dell'autostima arriviamo a riconoscere noi stessi. Sembrerà strano al lettore, ma proprio questo fattore è di fondamentale importanza per stabilire (con sé stessi) un costante e lungo tragitto sportivo. In altri termini l'abbandono dell'attività fisica subentra quando la persona (soprattutto per la serie di fallimenti che ha subito in precedenza) smette di "tentare", di provarci. Questi, spesso, rappresentano i casi più difficili su cui lavorare, poiché si tratta d'individui il cui tentativo di aspirare a una migliore condizione fisica è stato annientato da minacce alla loro individualità. Ogni tentativo che la persona mette in atto è per così dire di natura "fondativa", in quanto tende ad influenzare le esperienze successive. Così un evento "sfortunato" (come non raggiungere l'obiettivo prefissato) può portare ad ulteriori eventi sfortunati, rappresentando il primo anello della catena il cui risultato finale è il peggioramento progressivo. È quello che in psicologia si definisce **sensò d'impotenza appresa** (*learned helplessness*): un particolare atteggiamento di sfiducia, rinunciatario, che porta ad evitare di

modificare gli eventi, di fare un qualcosa di specifico che migliori il proprio stato, perché vi è stato in passato un fallimento, si è associato "dolore" a tale circostanza. Potremmo affermare che (in molti individui) i tentativi sono come delle cartucce in un fucile: non conta chi ne ha più o meno ma è di importanza fondamentale riuscire a centrare il bersaglio. C'è chi riesce al primo colpo, c'è chi ha bisogno di più tempo. Tuttavia è probabile che sia tutta la catena (come l'alimentazione o i programmi di allenamento non confacenti al proprio atteggiamento mentale o alle caratteristiche biochimiche) nel suo insieme a determinare il risultato negativo, piuttosto che ogni singolo anello. Facciamo un esempio.

## Le generalizzazioni che minano la fiducia

Ammettiamo che Massimo debba recarsi a Roma, ed io gli fornisca informazioni per andare a Milano. Massimo si ritroverebbe nella convinzione che quella strada da me indicata lo porterebbe a Roma. L'obiettivo (raggiungere Roma), dunque, sarebbe quello corretto, ma a essere sbagliate saranno le indicazioni. Immaginiamo, inoltre, che Massimo lungo il percorso venga assalito da dubbi sull'effettiva strada da percorrere, ed in questo caso io lo esortassi a non modificare il tragitto. Non sarebbe devastante? Allo stesso modo, affidarsi a **una persona competente (istruttore/personal trainer/preparatore atletico/sport coach) che sappia metterci sulla "strada" giusta** rappresenta una buona parte del successo a cui vogliamo aspirare. Il problema maggiore, tuttavia, si riscontra nel momento in cui le persone che apprendono informazioni errate da un amico, o da un istruttore che non prenda in seria considerazione le sue caratteristiche individuali, molto probabilmente in futuro non si "fideranno" più di nessun altro nella stessa posizione (un processo mentale noto come "generalizzazione"), anche se competente. Quando le persone "migrano" da un programma all'altro affidandosi a professionisti di "circostanza", generando una sequenza di fallimenti, si verifica una insensibilità nei confronti dell'obiettivo stesso. Questa tipologia di persone abbandona l'attività fisica portandosi con sé il fardello di un senso di impotenza (tarlo della *motivazione*). Linguisticamente il tutto si riflette in frasi del tipo: «Non fa per me», «Le ho provate tutte»,

«Ho perso la voglia di provarci», «Non mi interessa più», ma anche «Non sono abbastanza bravo», «È troppo difficile», «Non riesco a farcela». Attenzione a questi indizi (soprattutto per gli istruttori e personal trainer che li acquisiscono, o almeno dovrebbero) che, oltre a focalizzarsi solo su ciò che non funziona, diventano delle profezie auto-realizzanti, soprattutto se si crede a chi, “rinforzando” con la sua ammonizione o la semplice conferma le suddette frasi, possiede più autorevolezza in questo campo (un campione, un istruttore/personal trainer, preparatore atletico ecc.).

### Essere pigro o sentirsi pigro?

Noi continuamente assorbiamo stimoli dall'esterno e li facciamo nostri, soprattutto se sono ripetitivi o se contengono un'elevata carica emozionale. **L'essere umano è sensibile a molte delle parole che sente**, spesso inconsciamente, senza rendersene conto, soprattutto se queste risuonano con le proprie mancanze, paure, conflitti. Se, ad esempio, cento individui vanno da un altro a dirgli che è un imbecille, quest'ultimo finirà prima o poi col crederci. Così come se diranno che è un pigro, che non ce la farà, che non fa per lui ecc. Infatti, questo individuo, in futuro, non solo si ricorderà chi gli dava del pigro, ma questi ricordi causeranno

delle sensazioni che, a loro volta, richiameranno alla mente altre persone che lo hanno criticato e che gli hanno detto cose simili... e così via, in un circolo vizioso.

Quando una persona si presenta nel mio studio provvista di questo repertorio di frasi, e mi dice chiaramente «Sono un pigro!», io rispondo: «E come fai a saperlo?». (Tali affermazioni vengono espresse dai clienti in base al loro stato mentale, non sulla base di oggettivi riscontri esistenti nella realtà). A questo punto di solito, la risposta è: «Be' lo so, perché...», ed io li fermo subito: «No, non voglio sapere perché. Voglio sapere come fai a saperlo.» Ricevo delle risposte del tipo: «Perché non ho fatto mai nessun tipo di sport» (aggiungo che le persone tendono a generalizzare, «Non l'ho fatto mai» può voler dire «Non mi è capitato di farlo spesso»). Allora ribatto, appoggiandomi alla sua generalizzazione: «Se non l'hai mai fatto come fai a saperlo se ti piace o meno?». A questo punto risponde: «Be', sinceramente ci sono state delle volte che...». Ed io: «Ah! Allora ci sono state delle volte...! Come le ricordi?». Da qui si può procedere all'estrazione e alla modifica delle *submodalità* e con l'ausilio di *stati alterati* e di *leve motivazionali* “riprogrammare” tali contenuti. Un'altra risposta che si potrebbe dare in relazione all'affermazione «Sono pigro» può essere quella di

**Le persone assorbono di continuo stimoli dall'esterno, lo fanno soprattutto se sono ripetitivi e con un'elevata carica emozionale**



## Il metodo fitness che toglie il mal di schiena

MENTRE TONIFICA IL CORPO

è facilmente ACCESSIBILE  
perché è alta come una sedia

ELIMINA da subito  
le tensioni muscolari

DECOMPRIME la colonna vertebrale  
e STABILIZZA la postura

SI MONTA e SI SMONTA facilmente  
e occupa poco spazio

ZERO STRESS, SOLO BENEFICI



## Vivere con la paura del fallimento è una visione che poggia su una percezione distorta della realtà

mettere in discussione l'universalità dell'affermazione (un qualcosa noto come "quantificatore universale"), ossia: «Sempre, sempre? Ogni singolo momento, anche quando fai la doccia sei pigro?». Al che la persona potrebbe ammettere: «Chiaro, non esattamente sempre...». Allora lo incalzo: «Dunque, come fai a sapere quando è il momento di essere pigro!?». A questo punto alcuni rispondono: «Divento pigro ogni volta che ho tempo libero, che sono stressato, che non lavoro...». Si potrebbe ancora continuare: «Come fai a sapere che sei libero?». Risposta: «Perché la mia mente vaga». Ed io: «Quando la mente vaga che fa esattamente?», e lì arrivare a conoscere cosa succede nella sua mente (dialogo interno, immagini ecc.). In realtà **gli individui presentano comportamenti pigri, ma non sono dei pigri (identità)**. I criminologi stanno attenti a questa differenza dicendo «Quell'individuo ha commesso dei crimini» piuttosto che «Quell'individuo è un criminale».

### La paura di scontrarsi con il fallimento

Questa tipologia di individui tende ad associare il "dolore" all'attività fisica, non già all'allenamento in palestra, bensì alla probabilità di scontrarsi nuovamente con un nuovo fallimento. Questo **atteggiamento estremamente improduttivo** ha profonde ripercussioni sui livelli di autostima, sulla concezione del sé e quindi sull'atteggiamento mentale e gli schemi comportamentali adottati. Il comportamento, dunque, diviene sempre più permeato dall'eventuale successo o insuccesso ai fini del raggiungimento degli obiettivi prefissati inducendo la persona a operare un confronto mentale tra *come è* e *come dovrebbe essere*. Altro *file rouge* è che l'autostima influenza l'autoefficacia (cioè la consapevolezza di poter raggiungere un obiettivo), il tono dell'umore, le relazioni affettive, il successo nella vita in generale e le scelte di ogni tipo. Pertanto, questa sequenza può dare origine, con il tempo, ad un circolo vizioso sempre più intenso e devastante. Cosicché la persona in futuro tenderà ad **auto-sabotare il proprio obiettivo**, pur iniziando in modo deciso l'allenamento in palestra, soprattutto se i miglioramenti tenderanno a tardare. Nonostante auto-sabotaggi messi in atto da anni, niente è permanente e tutto può cambiare. Le catene possono essere spezzate e la condizione limitante evitata. Bassa autostima e sfiducia in sé e negli altri portano ad una ricetta catastrofica che grava sulla percezione della realtà distorcendola e inducendo spesso chi ne soffre verso la paura del fallimento. Naturalmente tutto questo presuppone che la persona non riesca ad assumersi la responsabilità delle proprie azioni, compreso il **fallimento**.

Tipico è di quando si teme di sbagliare un compito importante, spesso vengono addotte scuse che fanno generalmente riferimento a fattori fuori controllo: ansia o stress, il tempo, stato di salute, improvvisi contrattempi, e via dicendo. È meglio dare l'impressione di essere introversi, malati o sotto stress che apparire incompetenti o poco preparati. L'aver predetto il proprio fallimento a volte consola e giustifica: «L'avevo detto che avrei abbandonato...». Secondo la strategia di **Berglas Jones**, è come un livello che, se superato, diventa un buon trampolino per il successo... altrimenti nulla (*Self-handicapping strategy*). Non comprendere questi principi può portare a **eventi negativi che s'influenzano reciprocamente in maniera ciclica**. Una percezione negativa degli eventi spesso genera abbassamento dell'autostima. Un abbassamento dell'autostima spesso porta a una cattiva concezione del sé (identità). Una cattiva concezione del sé conduce a una percezione della realtà distorta. Una percezione della realtà distorta causa la paura del fallimento, e così via.

Vivere nella paura del fallimento, o viverlo in modo negativo una volta che si verifica, è una visione che poggia su una percezione distorta della realtà, che va ristrutturata e affrontata, spesso, con nuovi modi di pensare. Iniziare, ad esempio, a sperimentare piccoli successi (migliorando con ogni successo l'auto-immagine), dividendo l'obiettivo in sotto obiettivi (ne parleremo nel prossimo articolo), darsi delle ricompense e attuare interventi di *sponsorship*, rappresentano parti del percorso che stravolge il circolo da vizioso a virtuoso. Il 90% degli individui che entrano in palestra possiede uno o più blocchi – a volte facilmente risolvibili – che si ripercuotono sulla pratica dell'attività fisica nel lungo periodo. Ciò detto, concludo, dicendo che è **meglio concedersi degli sbagli che non agire per niente!** Una volta risolti i blocchi eventuali, i fallimenti non sono altro che "feedback", esperienze istruttive utilizzate dall'interessato come bussola per proseguire e crescere in palestra. Un esempio ci viene dal **modello T.O.T.E. della Psicologia Cognitiva**, che può produrre un flusso di pensiero utile: «Ho sbagliato, STOP: torno indietro e cambio direzione. Ho sbagliato, STOP: torno indietro e cambio direzione. Ho sbagliato, STOP: torno indietro e cambio direzione...». Che cosa sono, infatti, i fallimenti se non dei risultati che si possono utilizzare in maniera produttiva? Ottenere il corpo che si vuole ha anche un riscontro positivo sulla propria autostima: studi hanno dimostrato che piacersi e mostrare un corpo armonioso aiuta a mantenere alta la stima di sé in altri ambiti della vita. Un motivo in più per allenarsi!

Claudio Lombardo



**Claudio Lombardo**

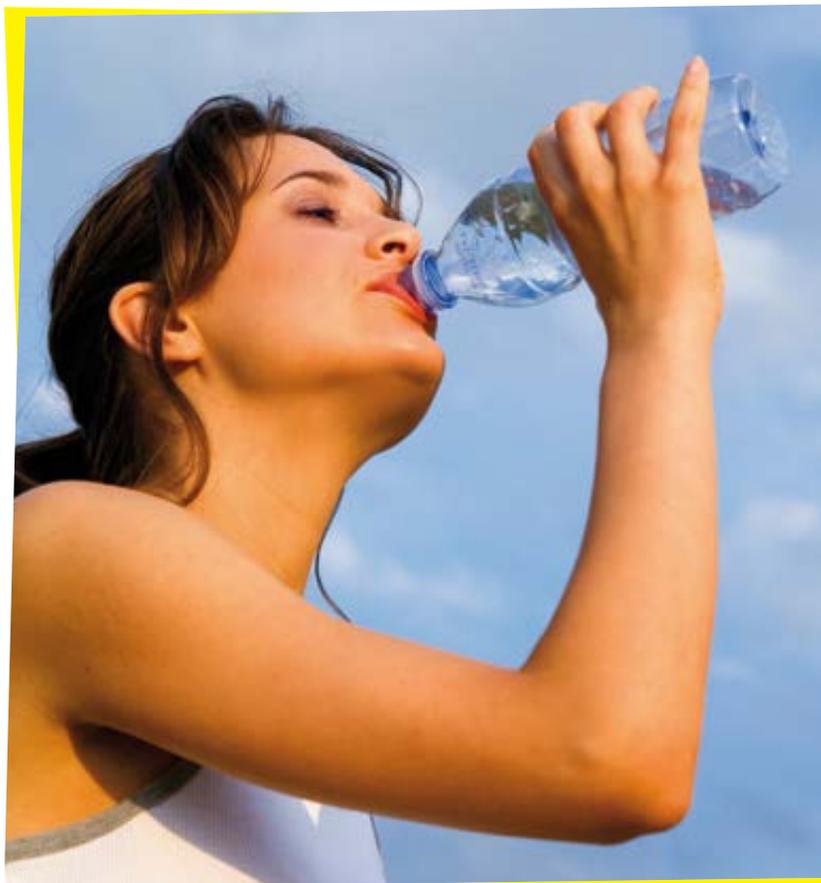
Laureato in Scienze organizzative e gestionali e in Scienze e tecniche psicologiche e laureando in Processi cognitivi e tecnologie.

È autore dei libri: "Iscriversi in palestra e continuare ad andarci";

"Dal mondo del sovrappeso all'universo dell'obesità"; "La scienza del dimagrimento" e coautore del libro "La dipendenza affettiva e sessuale tra normalità e patologia". Per informazioni consultare il sito internet: [www.dimagrirefit.com](http://www.dimagrirefit.com)



# NON DIMENTICHIAMOCI DELL'ACQUA



contenuto di sodio e, in parallelo, un discreto quantitativo di calcio. Per il resto, tutto si lega alle preferenze individuali: a questo proposito vorrei cogliere l'occasione per chiarire alcune informazioni inesatte che circolano attorno all'acqua di rubinetto, che in Italia è buona e sicura. Lo dimostra una ricerca condotta per conto di Altroconsumo, realizzata prelevando 35 campioni di acqua da altrettante fontanelle pubbliche in tutti i capoluoghi di regione e in altri centri particolarmente popolosi. Il risultato è stato chiaro: **in Italia l'acqua del rubinetto è buona e di alta qualità**. Pochi sanno che tutte le virtù dell'acqua decantate da molte pubblicità sono comuni a gran parte dell'acqua potabile di rubinetto, che per inciso è oligominerale nella grande maggioranza dei casi e non ha tutto il calcio e il sodio che si vuole far credere. In particolare non bisogna dimenticare che per diversi parametri (come alluminio, vanadio e ferro) esistono limiti di legge vincolanti e stringenti per l'acqua del rubinetto, la quale è soggetta a parecchie restrizioni e controlli severi e frequenti.

Si tratta di parametri fissati per tutelare la salute dei cittadini, il cui rispetto è certificato dalle ASL. Per l'acqua di rubinetto, inoltre, non è difficile avere i dati di composizione, basta rivolgere una domanda scritta al proprio Comune, all'Ufficio Acqua Potabile oppure alla Asl competente per il territorio.

Non bisogna inoltre dimenticare che alcuni Comuni e gestori di acquedotti hanno cominciato a rendere pubblica su internet la composizione dell'acqua erogata e inviare insieme alla bolletta anche il certificato analitico.

## *Quanto bevono gli italiani in base ai dati da voi raccolti?*

La ricerca condotta da SodaStream Italia ha evidenziato che per gli italiani una corretta idratazione è un presupposto indispensabile allo stato di salute generale dell'organismo: in media il 60% degli italiani beve 7 o più bicchieri di acqua al giorno, contro il 35% che ne beve da 4 a 6 e solo un 5% che ne assume da 1 a 3: un dato molto significativo, soprattutto se pensiamo che, in media, in base ad un'altra rilevazione

**Bere tanto o bere il giusto? Qual è l'acqua migliore per ciascun individuo?**

**L'acqua frizzante andrebbe evitata? Chiariamo alcuni falsi miti**

**C**ome aumentare il consumo giornaliero di acqua? Quanto bevono gli italiani? Quali sono le preferenze dei nostri connazionali? Abbiamo posto queste e altre domande a Petra Schrott, Responsabile Marketing di SodaStream Italia (<http://www.sodastream.it/>), marchio leader per la preparazione domestica di acqua frizzante e bevande gasate.

## *Qual è l'acqua giusta da bere per ciascun individuo?*

In realtà non esiste un'acqua da bere "ideale", dipende molto dai gusti personali. Se parliamo di composizione, i nutrizionisti consigliano solitamente di privilegiare per quanto possibile un tipo di acqua che abbia un ridotto

effettuata da SodaStream, negli Stati Uniti si bevono in media 6,7 bicchieri di acqua al giorno, mentre in Uk quasi quattro milioni di persone non bevono più di un bicchiere di acqua alla settimana, con il 52% dei britannici che beve piuttosto tè o caffè. Entrando nel dettaglio, il soggetto tipo più attento all'idratazione e, conseguentemente, al proprio benessere, è di sesso femminile, residente nel Nord Est e di età compresa tra i 25 e 49 anni. Per quanto concerne infatti la profilazione dei dati per genere, il 63% delle donne segue la cosiddetta regola degli "otto bicchieri" contro il 56% degli uomini. Dal punto di vista dell'età, invece, i più diligenti appartengono alla fascia compresa tra i 25 e i 34 anni (62%) e tra i 35 e i 49 anni (61%). Seguono poi i giovani tra i 18 e i 24 anni (59%). Con il progredire dell'età gli italiani si applicano sempre meno: solo il 58% del campione beve 7 e più bicchieri al giorno, mentre dai 66 anni in più si scende ad una percentuale del 49%: un calo dovuto principalmente al fatto che le persone anziane tendono a sentire sempre meno lo stimolo della sete per la progressiva degenerazione dei recettori specifici.

### *Dove si beve di più in Italia?*

Il gradino più alto del podio spetta con il 64% al Nord Est (inclusa l'Emilia Romagna), seguito dal Nord Ovest (con il 59%). I meno "water addicted" si trovano al Centro (Lazio, Marche, Toscana, Umbria) con il 57%, e al Sud e Isole (inclusi Abruzzo e Molise) con il 55%. I risultati, oltre a tratteggiare un quadro di riferimento sul rapporto tra italiani, idratazione e benessere, ha confermato un'evidenza già da noi riscontrata: chi possiede infatti un gasatore è portato a bere di più (64%), in media per un italiano un bicchiere al giorno in più del quantitativo solitamente assunto.

### *Quanta acqua andrebbe bevuta ogni giorno?*

In base alle informazioni di molti nutrizionisti, il quantitativo di acqua teoricamente ideale da assumere nel corso della giornata è di circa 1,5 litri al giorno, che corrisponde indicativamente ad 8 bicchieri, meglio se ripartiti nel corso della giornata. Naturalmente con l'approssimarsi della stagione calda sarebbe importante assumere più acqua rispetto al solito, per prevenire disidratazione e piccoli disturbi legati all'eccessivo calore.

### *Quali consigli per bere più acqua durante il giorno?*

Ci sono alcune semplici indicazioni da seguire durante le attività quotidiane per migliorare il proprio livello di idratazione. Sempre da una



# Specializzati in Diritto Sportivo



**STUDIO CASSINIS**  
Dottori Commercialisti & Avvocati

Corso di Porta Nuova, 15 - 20121 Milano - tel. +39 02 313236 - fax +39 02 33614772  
Piazza di San Pietro in Vincoli, 10/10A - 00184 Roma - tel. +39 06 92919104 - fax -39 06 92919104

[info@studiocassinis.com](mailto:info@studiocassinis.com) - [www.studiocassinis.com](http://www.studiocassinis.com)

- Assistenza e consulenza giuridico - fiscale lavoristica nei confronti di Federazioni sportive nazionali, Enti di promozione sportiva, Leghe, Enti locali, Società sportive, Associazioni non lucrative (Centri sportivi Benessere, Centri Fitness, Piscine)
- Disciplina civilistica e fiscale
- L'imposizione fiscale in Italia ed all'estero di Società e persone fisiche
- Contrattualistica
- Sponsorizzazioni
- Problematiche collegate alla gestione di Centri Sportivi
- Contenziosi civilistici e fiscali

**ABBIAMO SOLUZIONI VINCENTI !**





## Non esistono conferme scientifiche al fatto che l'acqua con anidride carbonica dia problemi all'organismo



**Petra Schrott,**  
Responsabile  
Marketing di  
SodaStream Italia

nostra ricerca è infatti emerso che ben il 54% degli italiani non beve abbastanza semplicemente perché se ne dimentica, mentre il 23% dice di essere troppo impegnato per ricordarsi di bere. Un altro 32% ha bisogno di segnarsi un promemoria per rispettare la cosiddetta "regola degli otto bicchieri". Tra i consigli utili per bere di più possiamo segnalare:

- **Bere un bicchiere d'acqua appena svegli,** prima di colazione. Un accorgimento utile potrebbe essere quello di tenere il bicchiere sul comodino.
- **Tenere l'acqua sempre a portata di mano...** e di vista: avere sempre accanto una brocca di acqua sulla scrivania dell'ufficio oppure una bottiglietta, se si svolge un lavoro non sedentario, è un ottimo espediente per mantenere una corretta idratazione durante la giornata.
- **Bere sempre durante i pasti e gli spuntini:** un consiglio utile per sentirsi anche più sazi e mangiare più lentamente.
- **Usare il bicchiere giusto:** i bicchieri piccoli, bassi e larghi, pur contenendo molta acqua, sono in grado di ingannare la vista e quindi vi sembrerà di bere meno.
- **Bere sempre a piccoli sorsi:** bere tanta acqua tutta in una volta sola non è certamente il modo giusto di idratarsi, anzi può essere persino controproducente in quanto può affaticare i reni. La scelta migliore è di un sorso ogni quarto

d'ora, utile anche per regolare i processi metabolici.

- **Rendere l'acqua più "gradevole":** l'acqua frizzante è un'ottima soluzione per idratarsi in modo più piacevole e "gustoso".
- **Mangiare tanta frutta e verdura:** sono infatti alimenti ricchi di acqua e rappresentano un modo gradevole e alternativo di idratarsi durante la giornata.

### *Quali sono i falsi miti più diffusi in fatto di acqua frizzante?*

Parlando di acqua frizzante si sentono davvero tante inesattezze: che fa male, che gonfia la pancia, che ha più calorie di quella naturale. In realtà **non esiste alcun tipo di conferma scientifica al fatto che l'acqua addizionata con anidride carbonica dia problemi all'organismo**, al contrario presenta le stesse caratteristiche, proprietà e benefici dell'acqua naturale. La scelta di consumare o meno acqua frizzante è semplicemente una questione di gusti personali. Parlando di apporto calorico, nell'acqua frizzante, così come nell'acqua naturale, non ci sono calorie, principali responsabili dell'aumento di peso. **L'acqua addizionata con anidride carbonica può essere quindi assunta tranquillamente nell'ambito di un regime dietetico ipocalorico**, in quanto non solo non incrementa il senso di fame ma contribuisce alla percezione della sazietà da parte dell'organismo. Un altro "falso mito" da sfatare riguarda il fatto che l'acqua frizzante gonfi la pancia: un luogo comune smentito in particolare da uno studio pubblicato sulla rivista scientifica internazionale "Nutrition, Metabolism e Cardiovascular diseases", che in Italia fa riferimento alla Società di Diabetologia e Malattie del Metabolismo. Viene confermato che l'anidride carbonica esercita una leggera azione stimolante sulla produzione gastrica di acido cloridrico, che può aiutare le persone che soffrono di digestione lenta. Anche in caso di reflusso esofageo non ci sono evidenze per ritenere che le bollicine promuovano o peggiorino il disturbo: insomma, tranne casi particolari, sembra non ci siano motivi per privarsi del piacere dell'acqua frizzante.

### *Esiste un grado di "frizzantezza" dell'acqua oltre il quale è meglio non andare?*

Il livello di frizzantezza è sempre legato ad una questione di gusti personali, parlando poi nello specifico dei nostri prodotti noi consigliamo, per chi vuole ottenere il più alto livello di gasatura, di premere sul tasto di funzionamento del gasatore per tre volte.

*Intervista a cura della redazione*

# CHIEDILO ALL'AVVOCATO

Gli avvocati Alessia Polverini e Simona Giudici rispondono ai tanti quesiti di ordine legale che ruotano intorno al mondo dei club sportivi e delle palestre.

Potete inviare le vostre domande scrivendo a: [avvocato@lapalestra.net](mailto:avvocato@lapalestra.net)

***Mi sono affidata a un personal trainer che ha predisposto la scheda personale degli allenamenti da seguire durante la settimana. Volevo sapere se potevo rivolgermi a lui anche per farmi consigliare una dieta da seguire.***

Gentile lettrice, per poter analizzare la questione è opportuno delineare le specifiche competenze della figura in esame. Il Personal Trainer è un professionista laureato in Scienze motorie, formato per essere in grado di supportare dal punto di vista tecnico ed emozionale gli sportivi o semplicemente gli appassionati del fitness grazie all'elaborazione di allenamenti mirati al raggiungimento dello scopo prefissato con il cliente. Ovviamente il Personal Trainer non può prescrivere piani alimentari da seguire o addirittura diete, ma deve al più limitarsi ad elargire consigli per condurre una vita sana ed evitare di vanificare gli obiettivi raggiunti con l'allenamento. Infatti, chiunque, non abilitato, prescriva una dieta incorre nella condotta penalmente rilevante di cui all'art. 348 c.p., nella specie esercizio abusivo della professione medica. Ciò in quanto la prescrizione di una dieta è un atto riservato esclusivamente al medico che può far assumere anche farmaci. Alla luce di quanto premesso, si consiglia di usare i necessari accorgimenti al fine di tutelare la propria salute.

*Avv. Alessia Polverini*

***Salve Avvocato, sono il proprietario di una palestra di Castelfranco Veneto in provincia di Treviso (società sportiva dilettantistica a responsabilità limitata). Volevo chiederle cortesemente un giudizio e una sua opinione su un fatto a me accaduto. Alcuni giorni fa sono venuti a "trovarmi" due dipendenti ulss intimandomi di chiudere la sauna al pubblico nel mio centro in quanto non in possesso di un centro estetico al mio interno. Inoltre mi hanno avvisato che se avessi voluto proseguire con l'attività sauna all'interno della mia palestra, oltre ad una certificazione d'estetista, avrei dovuto provvedere a delle modifiche strutturali del locale; motivando il tutto che l'estetica che ora non ho, e non ho intenzione di avere, deve essere indipendente dalla palestra come locali (spogliatoio, ingresso, sala d'attesa). Capisce bene che oltre a delle spese ingenti, dovrei rivoluzionare completamente il layout del centro. Quello che le chiedo è se può delucidarmi in merito a normative che trattino questo argomento, magari anche con cartaceo allegato. Ringraziandola fin d'ora per la sua disponibilità e la sua***

***attenzione, resto in attesa di una sua risposta in merito e le porgo i miei più sinceri saluti.***

Gentile lettore, la questione che è stata sottoposta alla mia attenzione non è di semplice soluzione, in quanto nel tempo si sono susseguite una serie di sentenze del Tar volte a dirimere l'annosa questione relativa all'interpretazione della legge 4 gennaio 1990, n. 1. che disciplina l'attività di estetista e le relative norme di attuazione regionali. L'interrogativo può riassumersi in questi termini: la mera presenza e messa a disposizione dei frequentatori del circolo e della palestra di saune e/o bagni turchi configura o meno l'esercizio di un'attività di estetista. Sul punto alcune sentenze del Tar hanno inteso rispondere positivamente ritenendo che la sauna e in analogia il bagno turco, essendo inseriti quali strumenti di lavoro nell'allegato della legge 4 gennaio 1990 n. 1, debbano essere utilizzati solo da coloro che siano muniti dell'apposito diploma. Mentre una recente sentenza **del 10 gennaio 2017 n. 46** del Tar Piemonte ha di fatto ribaltato tale interpretazione, precisando: ***"se l'esercizio dell'attività di estetista può per legge avvalersi anche dei trattamenti forniti da saune e bagni turchi, non perciò l'attivazione di tali locali senza connesse prestazioni e trattamenti di carattere estetico costituisce esercizio dell'attività di estetista (cfr. T.A.R. Veneto, II, 28 novembre 1989, n. 1411; T.A.R. Toscana, II, 22 aprile 1998, n. 332), il provvedimento di diffida emesso dal Comune, in mancanza di qualsiasi indizio del concreto svolgimento di un'attività corrispondente a quella prevista dall'art. 1 l. n. 1/90 e dall'art. 2 L.R. n. 54/1992 tale da richiedere la presenza di personale dotato della specifica qualifica professionale, risulta affetto dai denunciati vizi di violazione di legge ed eccesso di potere per difetto assoluto dei presupposti"*** (così anche TAR Piemonte, sez. II, 15 aprile 2010 n. 1945; Id., sez. II, 29 gennaio 2016 n. 156). Per quanto riguarda la normativa da applicarsi nello specifico è la legge 4 gennaio 1990, n. 1 nonché la legge regionale di attuazione del Veneto la n.29 del 27/11/1991.

*Avv. Alessia Polverini*

**STUDIO LEGALE  
AVV. ALESSIA POLVERINI  
AVV. SIMONA GIUDICI  
VIA COLA DI RIENZO N. 28- 00192 ROMA  
TEL 063612686 – FAX 063216438**

## LES MILLS GRIT: UNA VERA E PROPRIA FILOSOFIA DI ALLENAMENTO

**G**li allenamenti ad alta intensità sono, da qualche anno, la punta di diamante dei club di fitness: sono alla moda, consentono di bruciare un maggior numero di calorie in minor tempo e sono efficaci, ecco spiegate le principali ragioni del loro successo.

Non a caso il **GRIT** è uno dei corsi Les Mills più diffusi in Italia: LES MILLS GRIT™ è composto da 3 programmi (GRIT



STRENGTH™, GRIT PLYO™ e GRIT CARDIO™) a seconda che si preferisca lavorare sul rafforzamento muscolare o le capacità atletiche. Si basa sul metodo HIIT (High Intensity Interval Training) che offre un ottimo equilibrio tra intensità degli esercizi e tempi di recupero: gli intervalli, infatti, sono essenziali per raggiungere una perfetta soglia di allenamento.

Il Sistema LES MILLS™ fornisce tutte le chiavi per l'inserimento del programma, la formazione, il marketing e le soluzioni di vendita per mettere in atto il progetto dei club manager di aumentare il numero di iscritti e fidelizzare la clientela attuale. Les Mills investe nella ricerca al fine di rendere i propri programmi i più sicuri ed efficaci al mondo: **tutti gli allenamenti LES MILLS GRIT™ sono sviluppati e testati da un team di esperti**, un professore di chinesologia, un dottore, un ex campione di ginnastica ed uno specialista in chinesiologia dello sport.

LES MILLS GRIT™ è molto più di un semplice programma di fitness, è una filosofia di allenamento, seguita ogni settimana da milioni di persone in oltre 90 Paesi al mondo.

LES MILLS

Tel. +39 02 49 87 881

[info@lesmills.it](mailto:info@lesmills.it)

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

## DoTile® Fit & LEGION CROSS TRAINING EQUIPMENT



**S**e stai programmando di aprire o di rinnovare il tuo Box o la tua area funzionale, il Team DoTile® Fit può supportarti nel progettare i tuoi spazi fornendoti tutto il necessario per allenare le tue classi: grazie alle migliori attrezzature della linea LEGION Cross Training Equipment e alle superfici tecniche VIRTUS soddisfiamo ogni giorno le necessità di training anche degli atleti più esigenti.

I nostri tecnici ti seguiranno nel percorso di creazione della tua area training sviluppando il layout della superficie e calibrando la

DoTile®

fornitura di tutte le attrezzature in base alle tue necessità di allenamento, prestando attenzione alla qualità delle soluzioni richieste e al budget che vuoi assegnare al progetto.

Puoi venire a testare i nuovi Functional Rig LEGION, le superfici tecniche DoTile® Fit e tutta l'attrezzatura disponibile (bilancieri competition, power coated kettlebell, med-ball, hexagon dumbbell), presso il DoTile® Training Lab, situato a pochi chilometri da Venezia, oppure nei centri partner a te più vicini.

Potrai inoltre incontrare il nostro team durante InWellness (Recco, 14-16 Luglio) e East Coast Challenge (Trieste, 22-23 Luglio), durante gli eventi saremo a disposizione per farti una consulenza gratuita.

Se non riesci a venire a trovarci non ti preoccupare! Il nostro ufficio di consulenza e progettazione ti seguirà con un servizio veloce e puntuale e un tecnico a te dedicato per tutte le richieste, contattaci:

DoTile® - METEM S.r.l.

Tel. +39 0422 267010

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

[fit@dotile.it](mailto:fit@dotile.it)

## SCOPRI COSA CI RENDE DIFFERENTI, SCOPRI PAVIFLEX

**PaviFLEX**  
PAVIMENTI PER PALESTRE



materiali e passione per lo sport, ci ha permesso di creare una vasta gamma di prodotti accuratamente progettati e personalizzati per ogni attività e disciplina sportiva.

Ciò che ci rende diversi non è solo la **certificazione di qualità**, durata e garanzia dei nostri materiali, ma quello che veramente ci distingue è che dopo tutti questi anni **continuiamo ad ascoltare e imparare dalle esigenze dei nostri clienti** come abbiamo sempre fatto fin dal primo giorno e adattiamo i nostri prodotti ad ogni situazione della stanza, sala sport o studio.

I nostri tecnici sono qualificati per **personalizzare al 100% i nostri pavimenti** in base alle esigenze di utilizzo di ciascun cliente ottimizzando loro la spesa e possono sviluppare semplici installazioni standard come progetti complessi su grandi superfici con colori e loghi personalizzati del centro, compresa la nostra ultima tecnologia con sistema interattivo portatile per l'allenamento funzionale: **LEDFLEX**.

**I**n Paviflex, pavimenti per palestre, siamo produttori e ci dedichiamo allo sviluppo e al miglioramento di impianti sportivi, palestre e centri fitness da oltre 35 anni. Questa esperienza nel processo di produzione, conoscenza dei

PAVIFLEX ITALIA  
Tel. +39 0571.260843  
[italia@paviflex.es](mailto:italia@paviflex.es)  
[www.paviflex.es](http://www.paviflex.es)

## VISASPORT: LA NUOVA LINEA FORZA PER I NOSTRI 30 ANNI



**V**isa sport, in occasione del 30° anniversario, ha prodotto e presentato in anteprima a Rimini Wellness **la nuova linea Forza** "di nome e di fatto", rivoluzionando e discostandosi per forma e aspetto

da quelle che finora sono state le linee isotoniche Next e Revolution.

Con la linea Forza, Visa Sport si avvicina ulteriormente agli atleti più esigenti con **macchine a carico libero resistenti, essenziali e accattivanti** che si presentano con linee semplici, colori decisi e particolari ben curati e definiti sotto ogni punto di vista.

Con questa linea nasce lo slogan "Il nostro impegno, la tua forza", un connubio vincente sinonimo di crescita costante e ricerca di innovazione e qualità.

La nuova linea FORZA, con carico a dischi, risponde alla richiesta di maggiori prestazioni mantenendo la collaudata biomeccanica ed ergonomia sviluppate in 30 anni di esperienza. La robusta struttura, realizzata con profili di grosso spessore (80 x 80 x 3mm), si sposa perfettamente con le linee tonde dei bracci, garantendo massima stabilità e un design accattivante. La versione Metal, in cui viene presentata, è caratterizzata da un bicolore che si ripete sulla struttura fra telaio e bracci e nella tappezzeria fra tessuto e cuciture.



VisaSport  
N.V. 800 92 64 91  
[info@visasport.it](mailto:info@visasport.it)  
[www.visasport.it](http://www.visasport.it)  
[www.visashop.it](http://www.visashop.it)

# ELEVATE 2017

## UNITI CONTRO L'INATTIVITÀ FISICA



**Combattere l'inattività fisica: questo è stato il tema dominante di Elevate 2017, la manifestazione londinese tenutasi a maggio**

**D**ue giornate intense di convegni e seminari che hanno visto alternarsi più di 200 speakers su argomenti diversi, dalle politiche corporate per agevolare il benessere di chi lavora, ai progetti urbanistici per agevolare l'attività fisica dei cittadini britannici. Erano presenti inoltre 150 brands che espongono prodotti e servizi legati alla promozione dell'attività fisica.

Al centro dell'attenzione anche il digitale con le applicazioni e i device sempre più orientati a creare engagement con i clienti e con le persone che si accingono a fare dell'attività fisica uno stile di vita. Sono stati presentati progetti, come quelli di *London Sport*, che si pongono l'obiettivo di portare la capitale del Regno Unito ad essere la città più attiva fisicamente del mondo, con un milione di abitanti che fanno attività fisica entro il 2020. A supportare questo progetto sono parte attiva le istituzioni locali, a partire dal sindaco e tutti gli operatori del settore pubblici e privati.

Attività fisica che viene promossa non solo nelle palestre ma anche outdoor, nei parchi, nelle manifestazioni cittadine che vengono organizzate in varie sedi perché, come sostiene *Ukactive*, l'importante è muoversi, sempre più spesso e sempre più numerosi.

Tra le aziende presenti, molte quelle di servizi e aggregatori quali *Payasyougy*, il marketplace più diffuso nel Regno Unito con 2500 palestre, un nuovo modo di vendere gli abbonamenti, senza contratto ma on demand in base a quello che utilizzi. Questa tendenza del no contract è molto diffusa e sta imponendosi soprattutto nelle piccole realtà.

### La digitalizzazione del servizio, e la vendita on demand saranno le sfide del futuro

Altro aspetto, che è figlio della digitalizzazione, sono i *bodyscanner 3d*, come *Stiku* o *Inbody*, che misurano la bioimpedenza con nuove tecnologie digitali che permettono un'analisi molto accurata della composizione corporea in modo da personalizzare sempre di più i programmi di allenamento e monitorarne i risultati.

È stata data risonanza, durante i convegni, al fatto che la generazione giovanile rischia di avere un'aspettativa di vita più breve di cinque anni rispetto a quella dei padri. Ciò è dovuto anche all'utilizzo costante di internet, dei social media in particolare, che tolgono tempo e spazio a momenti nei quali i giovani dovrebbero appunto fare dell'attività fisica il loro stile di vita.

A tale riguardo è nata un'organizzazione, *Designed to move*, che ha creato un video ed un manifesto per sensibilizzare su questo aspetto, in ottica di sviluppare l'orientamento delle giovani generazioni a praticare attività fisica e combattere l'obesità giovanile.

Avendo partecipato anche all'edizione dell'anno precedente, in una location diversa, la sensazione è che questa manifestazione stia crescendo molto velocemente sia in termini di grandezza che di rilevanza, e sarà già dalla prossima edizione un punto di riferimento non solo per il Regno Unito ma anche per il resto d'Europa, nonostante la Brexit.

Marco Magnani



**Marco Magnani**

Consulente marketing da più di 15 anni nel settore benessere, ha seguito più di 150 progetti di gestione nell'ambito aziende fitness & wellness. Il suo blog è <https://ilblogdimarcomagnani.blogspot.it/>

@bewellnessblog

# L'ANGOLO GIURIDICO-FISCALE

Lo Studio Cassinis, specializzato in diritto sportivo e sponsorizzazioni, offre assistenza e consulenza giuridico-fiscale lavoristica, rivolgendosi a fitness-wellness club, centri sportivi, piscine, federazioni sportive nazionali, enti di promozione sportiva, leghe, enti locali e società sportive.

Potete rivolgere le vostre domande allo Studio Cassinis scrivendo a: [redazione@lapalestra.net](mailto:redazione@lapalestra.net)

***“Salve, ho riscontrato che la mia società non rientra più nell’elenco di quelle iscritte al Registro Nazionale delle Associazioni e Società Sportive Dilettantistiche. Che cosa è cambiato esattamente per me? Posso godere ancora delle agevolazioni fiscali? Potete fare un po’ di chiarezza? Antonio da Parma***

Il Consiglio Nazionale CONI, con delibera del 10 maggio 2017, ha integrato l’elenco delle discipline sportive ammissibili per l’iscrizione al Registro Nazionale delle Associazioni e Società Sportive Dilettantistiche con la dizione “skyrunning”. La nuova elencazione avrà efficacia a partire dalla scadenza della prima riaffiliazione compresa nel periodo dal 2 gennaio 2017 al 1° gennaio 2018.

Per i soggetti con periodo d’imposta coincidente con l’anno solare, quindi, gli effetti della Delibera decorreranno dal 1° gennaio 2018, ma risulteranno anticipati per le ASD/SSD che hanno il periodo d’imposta “sportivo” (ad esempio 1° settembre – 31 agosto).

A partire dalle prossime riaffiliazioni, quindi, i soggetti che non svolgono attività sportive che rientrano negli elenchi stilati dal Coni, verranno esclusi dall’iscrizione nel Registro Coni, e le ASD/SSD che svolgeranno sia attività riconosciute sia attività non riconosciute, potranno mantenere l’iscrizione al Registro, ma le attività svolte non riconosciute non godranno delle agevolazioni specifiche.

Di conseguenza, i soggetti che verranno esclusi dal Registro Coni non potranno più corrispondere i compensi per attività sportive dilettantistiche disciplinati dall’art. 67 comma 1, lettera m) del TUIR.

Per quanto riguarda poi i rapporti con gli associati, non si registreranno modifiche di rilievo. Qualora, infatti, non siano più considerate ASD i sodalizi esclusi dal Registro Coni, andranno comunque qualificati come enti associativi di tipo culturale e potranno continuare ad applicare l’agevolazione che consente la decommercializzazione dei servizi resi, anche dietro corrispettivo, ad associati o tesserati. Per quanto riguarda, invece, le SSD, non sarà più possibile applicare la decommercializzazione dei servizi resi a tesserati, secondo le indicazioni dell’Agenzia delle Entrate riservate solo agli enti

sportivi dilettantistici. Per i soggetti che perdono la qualifica di “sportiva”, cesseranno di essere compresi nel Registro Coni e verranno meno le agevolazioni disposte dall’art. 25 della Legge 133/1999, ovvero tutti gli incassi verranno assoggettati ad imposte dirette ed indirette.

A proposito del regime forfettario, si segnala che la cancellazione dal Registro Coni non ha influenze in relazione all’applicazione della legge 398/1991 che si riferisce, in generale, oltre che alle ASD, a tutte le associazioni senza scopo di lucro. Discorso diverso, invece, per le SSD che non potendo più essere qualificate come “sportive dilettantistiche”, non potranno più applicare le disposizioni della Legge 398/1991, non essendo per loro prevista un’alternativa all’interno del regime forfettario.

In linea generale, inoltre, per i soggetti che non sono più qualificati come “sportivi dilettantistici” decadono tutte le agevolazioni previste per le imprese “minori”, ovvero esonerano dal pagamento dell’imposta di registro su determinati atti direttamente connessi allo svolgimento dell’attività sportiva, esonerano dalla tassa di concessione governativa e dall’imposta sugli spettacoli (esonero dall’obbligo di emissione del titolo di accesso a manifestazioni spettacolistiche a carattere sportivo mediante biglietteria automatizzata o misuratore fiscale).

Infine, va segnalato che chi viene cancellato dal Registro Coni, non potrà consentire agevolazioni fiscali ai soggetti che finanziano l’attività. Si tratta, in primo luogo, della detrazione fiscale del 19% per le spese sostenute per la pratica sportiva dilettantistica dei ragazzi di età compresa tra i 5 ed i 18 anni.



**DOTT.SSA BEATRICE MASSERINI  
PER INFORMAZIONI:  
STUDIO CASSINIS  
SEDE DI MILANO: TEL. 02.31.32.36  
SEDE DI ROMA: TEL. 06.92.91.91.04  
INFO@STUDIOCASSINIS.COM  
WWW.STUDIOCASSINIS.COM**

# COME SFRUTTARE IN MODO ORIGINALE LA PISCINA



**L'utilizzo in modo diverso della piscina del centro fitness potrebbe essere l'occasione per stimolare i gestori di centri fitness a creare delle experiences da proporre ai propri clienti**

**N**egli ultimi tempi si sta affermando l'attività esperienziale - più comunemente conosciuta come "experience" - promossa dai principali portali (secondo la traccia Amazon) come vendita di Daily, ticket, servizi singoli e pacchetti, ecc. con un approccio di tipo "orizzontale" e "generalista" (si vende qualsiasi tipo di esperienza e di tema). All'interno del generalista, le "attività esperienziali" in realtà si sono affermate con la dignità di "segmenti", quelle che erano una volta definite "nicchie" (per esempio la vacanza attiva, l'enogastronomico, il culturale, e tanto altro) con una loro precisa identità.

## **Ai clienti vanno proposte esperienze**

L'attività subacquea, per esempio, è stata da alcuni presa in prestito e interpretata per confezionare un'offerta esperienziale tanto che le organizzazioni didattiche della subacquea prendendo atto della cosa hanno certificato dei programmi di questo genere.

Reefoasisdiveclub.com alle Bahamas permette a chiunque abbia un minimo di acquaticità di provare l'esperienza adrenalinica di trovarsi a tu per tu con gli squali, il tutto nella massima sicurezza, oppure di camminare all'interno di un relitto - a pochi metri di profondità indossando una comodissima maschera integrale collegata ad un compressore - come se ci si trovasse in un acquario. Spesso l'innovazione e le novità sono affrontate dal mondo imprenditoriale con una posizione prevalentemente passiva (chiedete cosa volete o dove volete andare e noi costruiamo!). L'utilizzo in modo diverso della piscina del centro fitness potrebbe essere l'occasione per stimolare i gestori di centri fitness a creare delle experiences da proporre ai propri clienti. Potrebbe essere interessante **confezionare un'esperienza di tipo sensoriale unendo lo Yoga e l'apnea in un ambiente particolare quale è la piscina**, reso ancora più soft modulando la luce e i suoni oppure unendo le tecniche di respirazione e il problem solving direttamente sul fondo della piscina utilizzando la maschera oscurata. Questa esperienza potrebbe essere inserita in un programma di Team Building per dirigenti d'azienda da vendere alle società convenzionate o della zona. Le possibilità sono veramente tante e i gestori dei centri fitness sono attrezzati per definire e vendere questo genere di prodotto.

## **Attività subacquea come proposta alternativa**

Una volta che il gestore di centro fitness ha avuto confidenza con l'uso differente della piscina potrebbe valutare l'idea di **sfruttare il proprio centro per diversificare il business con le attività subacquee**. Molti gestori di centri fitness attualmente stanno già affittando gli spazi e le ore acqua a negozi, società e istruttori subacquei. Quindi nulla di nuovo. In realtà, di nuovo, nell'idea che segue c'è l'**inversione da gestore passivo "prendo i soldi dell'affitto" a attivo "produco e vendo servizi e prodotti"**, che in fondo è il lavoro che sa fare bene. Naturalmente non si sta chiedendo ai gestori dei centri fitness di

diventare da un giorno all'altro dei professionisti subacquei, ma solamente di sfruttare la propria azienda. L'idea si pone l'obiettivo di incrementare sul mercato l'offerta di struttura, prodotto e servizio per i professionisti della subacquea. Il centro fitness è in grado di offrire ai professionisti subacquei del territorio una piscina idonea per l'attività subacquea, i servizi personalizzati, un'attività di supporto commerciale e di marketing territoriale, un data base di clienti attivi e no da promuovere e tanto altro. Tutte cose che non hanno prezzo e che possono essere valorizzate molto di più che da un semplice affitto orario della corsia.

### Requisiti necessari

La piscina per rispondere in modo idoneo ai requisiti richiesti dalla didattica subacquea dovrebbe disporre di tre diverse profondità. Un piano di 120 cm, uno di 160 cm e la parte più profonda di tre metri e per consentire l'esercizio di risalita di sicurezza controllata è necessaria una diagonale di almeno nove metri. Inoltre sarebbe utile posizionare a bordo vasca nel lato più profondo una pedana alta 15 cm di dimensione sufficiente per permettere a due sub, istruttore e allievo, di esercitarsi in uno spazio comodo nell'esercizio di entrata in acqua denominato "passo del gigante". Inoltre, sarebbe ideale dotare la vasca di scalette per l'uscita dall'acqua alla francese ad albero.

Queste indicazioni sono quelle ideali, ma qualunque piscina con una scaletta tradizionale può andare più che bene.

Nel listino di impianti, servizi e prodotti da proporre ai professionisti della subacquea dovrebbero entrare anche:

- un'aula didattica attrezzata con sedie dotate di piano per scrivere e di un televisore di medie dimensioni.

- l'ideale sarebbe dotare il centro fitness di un impianto di ricarica con un compressore e di un minimo di 10 bombole in alluminio con protezioni in plastica in modo da poter vendere un pacchetto comprensivo di vasca e bombole. Inoltre una dotazione di Gav e di gruppi erogatori permetterebbe di proporre una offerta più completa.

Lo **spogliatoio** andrebbe arredato con una serie di grandi armadietti idonei a contenere le borse dei subacquei in genere di grosse dimensioni per contenere le attrezzature private.

A questo punto è fondamentale **preparare un listino** con i prodotti e i servizi da vendere ai professionisti della subacquea come i negozi, le associazioni, le scuole e gli istruttori subacquei del territorio.

Il listino dovrebbe essere organizzato in diverse sezioni in base a quello che si vuole vendere

con il relativo piano promozionale. Un tipo di promozione potrebbe riguardare ad esempio l'offerta di **cinque bombole cariche** e pronte per l'uso a bordo vasca con l'utilizzo della pedana per l'entrata in acqua, lo spazio in acqua e lo spogliatoio. Il tutto inserito in un pacchetto di cinque sedute di due ore. Le attività possono essere eventualmente abbinare a servizi ancillari come un massaggio a fine attività, un pacchetto con lavaggio, igienizzazione, asciugatura e rimessaggio della propria attrezzatura privata in un locale sicuro e areato, ecc. Questo tipo di offerta sarebbe ben accettata sia dagli istruttori subacquei free lance che non hanno alle loro spalle una organizzazione subacquea che dalle scuole e associazioni subacquee, essendo una soluzione pratica in grado di fare risparmiare tempo e disagi nell'organizzazione logistica e nel trasporto delle attrezzature.

### Azioni di marketing e di comunicazione

Una delle parti importanti e remunerative del listino riguarda l'**aspetto distributivo, commerciale e di marketing**. Attività che il gestore del centro fitness conosce e pratica molto bene.

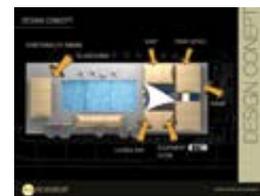
Il gestore di centro fitness ha a sua disposizione molte armi come il **personale** e gli strumenti commerciali che sono concentrati nella vendita di abbonamenti e che potrebbero essere utilizzati per proporre ai professionisti subacquei un pacchetto con servizio di vendita sul territorio e di customer service.

Non dovrebbe essere difficile per il gestore di centro fitness reperire i data base ed i contatti dei subacquei della zona che, insieme ai contatti della popolazione di prossimità del centro e gli iscritti attivi e no, sono un patrimonio importante dell'azienda.

Inserire nella propria comunicazione e nelle azioni di marketing elementi promozionali sulla subacquea, utilizzare i propri social e l'e-commerce, personalizzare gli spazi del centro e tanto altro sono a tutti gli effetti un servizio che può essere venduto ai professionisti della subacquea che il più delle volte hanno sviluppato doti tecniche e commerciali, ma sono carenti nella capacità distributiva e negli strumenti indispensabili per arrivare capillarmente sulla popolazione. Codificare questo servizio prevedendo un relativo margine di intermediazione e di una fee per le attività come uso del call center, del telemarketing ecc. può costituire un ulteriore business per il centro fitness espandibile anche ad altri temi.

Non rimane che contattare i possibili clienti, ovvero i professionisti della subacquea.

*Roberto Panizza*



**Roberto Panizza**  
Product manager di Tour operator  
italiani e stranieri

# PILLOLE DI WEB MARKETING



**Davide Verazzani,**  
formatore e  
consulente free  
lance, si occupa  
di sviluppo  
organizzativo e  
crescita  
manageriale nel  
settore del fitness  
da più di 10 anni.  
In questo periodo  
ha contribuito alla  
crescita di decine  
di fitness club.  
Per contatti:  
[d.verazzani@  
gmail.com](mailto:d.verazzani@gmail.com)

**C**hissà perché, sono in molti a pensare che le email non le apra (e quindi non le legga) nessuno. La risposta più sensata a questi guru della domenica (che pensano di essere la misura di tutte le cose solo perché LORO non leggono l'email) la danno i numeri: nel 2016, il 72% delle persone preferisce l'email agli altri canali di contatto, e il 55% delle aperture di email avviene via mobile (<http://www.marketingdive.com/news/72-of-people-prefer-email-communication-study/413912/>)

E il 90% dei consumatori legge l'email una volta al giorno, tanto che un'analisi mostra che 1 \$ bene investito in email ne porta 44,25 \$ di ricavo: un ROI notevole, quasi imbattibile! ([http://www.huffingtonpost.com/sarah-peterson/why-ecommerce-businesses-\\_1\\_b\\_12882946.html](http://www.huffingtonpost.com/sarah-peterson/why-ecommerce-businesses-_1_b_12882946.html))

All'interno di un mix comunicativo, quindi, l'uso dell'email marketing ha tuttora il suo appeal e la sua importanza, che vanno commisurati al risultato che si vuole ottenere, al nostro punto di partenza, al tipo di persone che si vogliono coinvolgere, al messaggio che si vuole inviare.

Le basi dell'email marketing sono due: la costruzione della mailing list e la scelta dell'Email Service Provider, cioè la società che gestisce l'invio di campagne marketing.

## COSTRUZIONE DELLA MAILING LIST

Un buon elenco degli strumenti più utili per la creazione della propria lista di contatti si può trovare in questa pagina di EmailMarketingBlog, un blog (miracolosamente in italiano!) con ottimi spunti e indicazioni per la costruzione di una strategia email:

(<http://emailmarketingblog.it/blog/2017/01/18/email-marketing-strumenti-costruire-la-lista-dei-contatti>)

Qui si può notare come la mailing list possa essere costruita e ampliata attraverso Google Adwords, Facebook, Landing pages e/o Plugin ad hoc, ma parte sempre da un piccolo nucleo di clienti o conoscenti. E in questo le palestre hanno un vantaggio enorme rispetto ad altri settori: conoscono facilmente i dati dei propri clienti, e quindi anche l'indirizzo email; ma devono ricordarsi di chiederlo (e molti ancora non lo fanno) e di porre questa richiesta come prerogativa irrinunciabile per l'iscrizione, al pari dei dati anagrafici e di residenza o al numero di telefono. Naturalmente, va chiarito che la richiesta dell'indirizzo email li fa entrare automaticamente nell'elenco dei destinatari di una newsletter, almeno mensile, che tratterà tematiche inerenti il wellness e il fitness e le modalità di allenamento: in questo modo il consenso all'invio di email sarà chiaro, e non si rischierà di finire nello spam o, addirittura, di essere bannati.

## SCelta DELL'ESP

Di provider ce ne sono tanti. Alcuni gratis, ma solo se usati per scopi non commerciali, altri solo a pagamento, altri con formule freemium, cioè gratis fino a una certa soglia di contatti e poi a pagamento. Ognuno scelga quello che preferisce (e magari un'altra volta approfondiremo cosa fa propendere verso l'uno anziché verso un altro). A me pare che Mailchimp sia decisamente uno fra i migliori. Ha una formula freemium, che fino a 2000 contatti non fa sborsare un centesimo; un editing semplice e accattivante; una dashboard piena di dati da analizzare. Ma soprattutto, ed è qui il plus rispetto ai concorrenti, è una piattaforma perfettamente integrata con Facebook. Non solo perché è l'unico mailer integrabile direttamente nel processo di creazione di audience personalizzate per gli annunci Facebook (e già di per sé non sarebbe poco), ma perché dall'inizio di febbraio si può creare e gestire direttamente le proprie campagne Facebook partendo dall'account di Mailchimp: <http://blog.mailchimp.com/introducing-facebook-ad-campaigns>

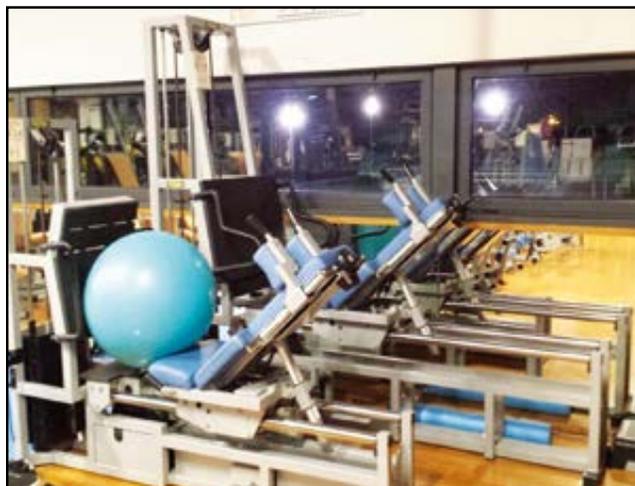
Ciò significa che si può usare Mailchimp per la costruzione delle proprie liste di potenziali clienti (lead generation) e poi, senza uscire dal sito, usare queste liste per far visionare loro una campagna Facebook creata lì per lì.

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



**LEG PRESS MAGGIORATA 400 KG**  
 EURO 3.000,00 + IVA



**LEG PRESS ELEMENT**  
 EURO 2.500,00 + IVA



**DISCHI FORO 28**  
 EURO 4,50 + IVA AL KG



**LOW ROW ELEMENT NERO**  
 EURO 1.550,00 + IVA



**NEW RECLINE 500**  
 AUTO ALIMENTATO  
 EURO 1.800,00 + IVA



**GROUP CICLYNG**  
**TECHNOGYM**  
 EURO 850,00 + IVA



**STEP BCUBE AEROBIKA**  
 EURO 80,00 + IVA  
 CADAUNO



**SINCRO** EURO 1.700,00 + IVA



**GABBIA CROSSBOW LINE NUOVA** EURO 1.800,00 + IVA



**SPINNER STAR TRAC** EURO 470,00 + IVA



**KINESIS HOME** EURO 5.000,00 + IVA



**RUN EXCITE 500** EURO 3.200,00 + IVA



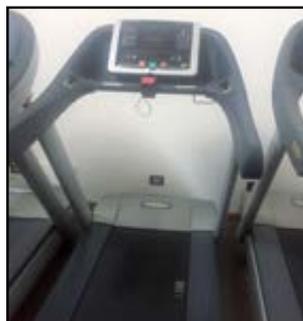
**RACK SQUAT**  
EURO 250,00 + IVA



**VARIO AUTO ALIMENTATO**  
EURO 3.800,00 + IVA



**NEW BIKE FORMA**  
EURO 1.500,00 + IVA



**RUN EXCITE 700 JOISTIK**  
EURO 3.500,00 + IVA



**RECLINE XT**  
EURO 800,00 + IVA



**NEW SPAZIO FORMA**  
EURO 2.000,00 + IVA



**GLYDEX** EURO 1.400,00 + IVA



**CAVI INCROCIATI**  
EURO 1.400,00 + IVA



**SACCHI FIT BOXE**  
 EURO 110,00 + IVA



**BIKE RACE**  
 EURO 600,00 + IVA



**KINESIS ONE** EURO 5.000,00 + IVA



**UNICA EVOLUTION**  
 EURO 2.500,00 + IVA



**CROSS FORMA**  
 EURO 1.400,00 + IVA



**DISCHI ESCAPE**  
 EURO 3,00 + IVA AL KG



**SPINNER**  
 EURO 430,00 + IVA



**RUN NOW 500**  
 EURO 3.850,00 + IVA



**TOP EXCITE**  
 EURO 2.850,00 + IVA



**WAVE EURO** 1.000,00 + IVA

**RIPARIAMO TUTTE  
 LE SCHEDE  
 ELETTRONICHE**

# Le aziende citate in questo numero

<b>Cardiaca</b> (pag. 4)	Tel. 328.8773385	<a href="http://www.cardiaca.it">www.cardiaca.it</a>
<b>Evolution Gadgets</b> (pag. 59)	Tel. 392.9626353	<a href="http://www.evolutiongadgets.it">www.evolutiongadgets.it</a>
<b>Faress</b> (pag. 12, 13)	Tel. 06.71350124	<a href="http://www.faress.com">www.faress.com</a>
<b>Fitness Studio</b> (pag. 55, 56, 57)	Tel. 0434.857012	<a href="http://www.fitnessstudio.it">www.fitnessstudio.it</a>
<b>FullSport</b> (pag. 27)	Tel. 030.2191564	<a href="http://www.fullsport.it">www.fullsport.it</a>
<b>Functional Training School</b> (pag. 37)	Tel. 334.8938902	<a href="http://www.functionaltrainingschool.com">www.functionaltrainingschool.com</a>
<b>Gommafit</b> (pag. 8)	Tel. 348.7698074	<a href="http://www.gommafit.it">www.gommafit.it</a>
<b>Gruppo Ambita</b> (pag. 2, 3)	N.V. 800.586701	<a href="http://www.gruppoambita.com">www.gruppoambita.com</a>
<b>Lacertusus</b> (pag. 60)	Tel. 0521.607870	<a href="http://www.lacertusus.com">www.lacertusus.com</a>
<b>Les Mills Italia</b> (pag. 19, 48)	Tel. 02.49 87 881	<a href="http://www.lesmills.it">www.lesmills.it</a>
<b>Make It App</b> (pag. 43)	Tel. 02.87188686	<a href="http://www.makeitapp.com">www.makeitapp.com</a>
<b>MetEM</b> (pag. 7, 48)	Tel. 0422.267010	<a href="http://www.dotile.it">www.dotile.it</a>
<b>Multibrand</b> (pag. 15)	Tel. 0571.82455	<a href="http://www.multibrandsrl.com">www.multibrandsrl.com</a>
<b>Nonsolofitness</b> (pag. 29)	Tel. 06.93377230	<a href="http://www.nonsolofitness.it">www.nonsolofitness.it</a>
<b>NRG</b> (pag. 31)	Tel. 035802006	<a href="http://www.ennerregi.com">www.ennerregi.com</a>
<b>Paviflex</b> (pag. 35, 49)	Tel. 0571.260843	<a href="http://www.paviflex.es">www.paviflex.es</a>
<b>Planet Fitness Italia</b> (pag. 17)	Tel. 051.6861879	<a href="http://www.planetfitnessitalia.com">www.planetfitnessitalia.com</a>
<b>Rokepo</b> (pag. 23)	Tel. 051 6167254	<a href="http://www.realvt.it">www.realvt.it</a>
<b>Sellfit</b> (pag. 21)	Tel. 0174.563782	<a href="http://www.sellfit.com">www.sellfit.com</a>
<b>Studio Cassinis</b> (pag. 45, 51)	Tel. 02.313236	<a href="http://www.studiocassinis.com">www.studiocassinis.com</a>
<b>Transatlantic Fitness Italia</b> (pag. 1, 5, 10, 11)	Tel. 051.6861879	<a href="http://www.planetfitnessitalia.com">www.planetfitnessitalia.com</a>
<b>Visa Sport</b> (pag. 9, 49)	N.V. 800.92.64.91	<a href="http://www.visasport.it">www.visasport.it</a>
<b>WellBack System</b> (pag. 41)	Tel. 0573.82720	<a href="http://www.wellbacksystem.com">www.wellbacksystem.com</a>
<b>Wellness</b> (pag. 33)	Tel. 0823.422787	<a href="http://www.outletofwellness.com">www.outletofwellness.com</a>
<b>Zun</b> (pag. 6)	Tel. 0871.551762	<a href="http://www.zunfit.com">www.zunfit.com</a>

## LA PALESTRA

[WWW.LAPALESTRA.NET](http://WWW.LAPALESTRA.NET)

Anno XII - N. 71  
luglio/agosto 2017

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

Hanno collaborato:  
Nicola Andreini, Glauco Grassi,

Claudio Lombardo, Marco Magnani,  
Dott.ssa Beatrice Masserini,  
Luca Mattonai, Roberto Panizza,  
Pierluigi De Pascalis, Elisabetta Pea,  
Avv. Alessia Polverini,  
Valentina Schenone, Fabio Swich,  
Davide Verazzani.

**Immagini**  
LA PALESTRA archivio, Shutterstock®

**Foto in copertina:**  
**Francesco Malatesta**  
**(Senior Master Trainer TRX)**  
**Marzia Gasparetto (TRX Italia)**

**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. dedica 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.



SEGUICI ANCHE SU

**100 kit**

**Accappatoio + telo**

**panca 50x100**

**microfibra con loghi**

**ricamati**

**9,90€ + iva.**

**Accappatoio  
super assorbente**

**TAGLIE**  
S M L XL XXL

**MATERIALE:**  
Microfibra

**COLORI**

 **BLU NAVY**

 **ROSSO**

 **ARANCIO**

 **BLU ROYAL**

**ALTRI COLORI  
A RICHIESTA**



## Telo Panca

**DIMENSIONI:** **MATERIALE:**

50x100 cm

Microfibra

**Colori**

 **bianco**

 **arancione**

 **verde acido**

 **fucsia**

 **grigio**

 **blu royal**

 **blu navy**

 **rosso**

 **nero**



# LACERTOSUS<sup>®</sup>

## TRAINING EQUIPMENT



**Dal 2007** il tuo brand di fiducia per gli allestimenti **crossfit** e **functional training**. Show-room completamente rinnovato, vieni a toccare con mano la qualità dei nostri prodotti, siamo Parma, in via B. Franklin 31. **RIG Outdoor, Ninja Warrior, Cross Training** - Tempi di produzione: **2 settimane**. Crea il tuo nuovo centro o migliora il tuo allestimento: **da oggi con pagamenti rateali!**

(Per maggiori info [info@lacertosus.com](mailto:info@lacertosus.com))



MADE IN ITALY

**10**  
2007 - 2017

[WWW.LACERTOSUS.COM](http://WWW.LACERTOSUS.COM)

\*Buono sconto non cumulabile con altre iniziative in corso. Non valida sui prodotti Cardio, Set e Pack. Valido tutto il 2017.

Inserisci il codice sconto  
**SC15** e avrai il **15% di**  
sconto sugli acquisti Online!