LA PALESTRA

DAL 2005 LA RIVISTA DEI PROTESSIONISTI DE FITNESS





Con l'integrazione dei sistemi TecnoBody puoi dar vita al tuo laboratorio High Sport Performance realmente differente.

Più di 10.000 centri d'eccellenza in tutto il mondo usano già la tecnologia made in Italy di TecnoBody.

Oggi puoi valutare, allenare e riabilitare il tuo atleta con una gamma innovativa di sistemi integrati e raggiungere livelli di prestazione eccezionali.

Move Different!

#YourDigitalFitness

www.tecnobody.com





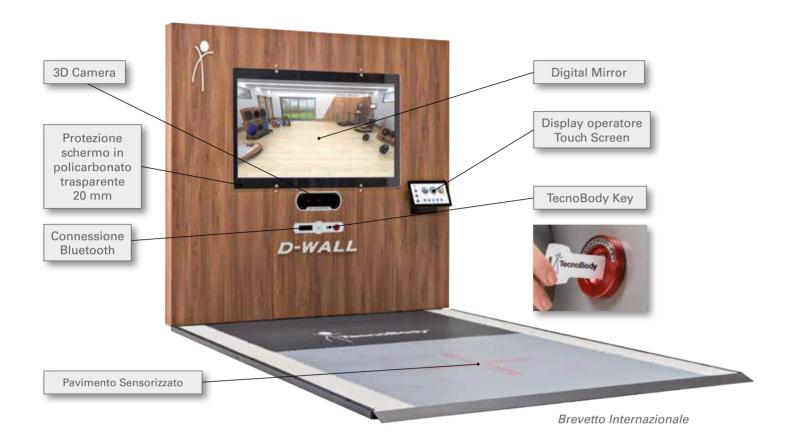






D-WALL

Lo Specchio digitale di TecnoBody



Functional Training

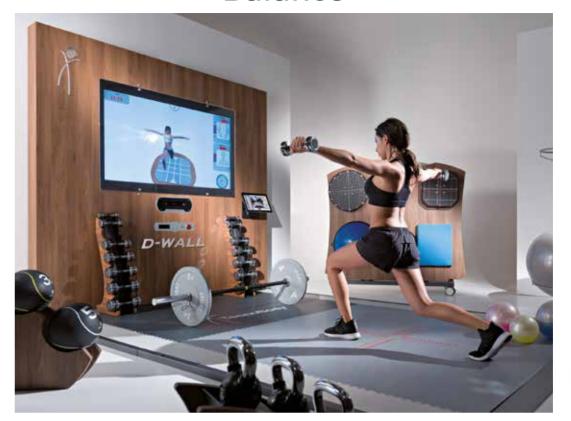








Balance





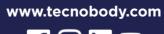


Strength





















International Congress

EMS

TRAINING & BUSINESS

ROLOGNIA

15-16 Febbraio **2020**

Tutto quello che devi sapere sull' EMS se sei già un operatore o se stai pensando di entrare in questo settore



Luca Bargellini CEO Interfit



Prof. Wolfgang Kemmler Research Director Friedrich-Alexander-University



Helge GützlaffDirector International Business
Development miha bodytec



Jens VatterHead of Education
GluckerKolleg International



Dan Samek CEO EMS Business Academy



Marco Marra GluckerKolleg Italia

INFO E PRENOTAZIONI info@ems-training.it www.ems-training.it

Più special guest...











LA PALESTRA

www.lapalestra.it

Anno XIV - N. 85 novembre/dicembre 2019

Edita da: Api Editrici Srl Sede legale: Via Michelangelo 6 20060 Cassina de' Pecchi (MI)

Sede operativa: Via Tortona 33

20144 Milano info@lapalestra.it

Direttore editoriale:

Cesare Salgaro

Direttore Responsabile:

Mario Fontana

Per la vostra pubblicità:

Cell. 342.1168712 pubblicita@lapalestra.it

Hanno collaborato:

Alessandro Aru, Massimiliano Barresi, Francesco Bonometti, Pierluigi De Pascalis, Giorgia Donini, Raffaele Familari, Glauco Grassi, Federico La Commare, Andrea Pambianchi, Roberto Panizza, Elisabetta Pea, Francesco Perticari, Daniele Roncoli, Fabio Swich, Andrea Tilomelli, Katia Vaccari.

Immagini: LA PALESTRA archivio, Stock.adobe.com

Foto in copertina: Luca Campeotto

foto di Agnese Malisan **Stampa:** PORPORA GROUP

Distribuzione: gratuita per aziende

e centri fitness

Se non desiderate ricevere più la copia gratuita de LA PALESTRA, scriveteci a cesare.salgaro@lapalestra.it

oppure chiamaci al 342.1168712

I A PAI ESTRA

Pubblicazione bimestrale registrata al Tribunale di Milano il 21.09.2005 con il numero 643. Iscrizione al R.O.C. Api Editrici S.r.l. con il Nº 32109. Gli articoli contenuti in questa rivista non hanno scopo didattico, ma esprimono esclusivamente le opinioni e nozioni personali da parte di esperti del settore, che dichiarano di avere le specifiche conoscenze necessarie. Gli articoli firmati impegnano esclusivamente gli autori.

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

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

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

*NOTA INFORMATIVA SUGLI INTEGRATORI ALIMENTARI

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

MEDIA PARTNER



NOVEMBRE/DICEMBRE 2019



- La rivoluzione dell'allenamento digitale
- Un 2020 tutto da scoprire
- Efficienza energetica per risparmiare



- 20 Soluzioni digitali a supporto dei trainer
- 24 Che cosa sono i KPI e come usarli
- 28 II business in rosa
- I fitness studio facili e vantaggiosi
- 36 Una figura da imitare

- Componenti modulari, si cambia secondo le esigenze
- Dossier disabilità: una palestra senza barriere



- Strutture piccole, ma con la visione delle grandi
- Indoor cycling tradizione o high tech?
- Technogym: il futuro del centro fitness è digitale: la personalizzazione dell'allenamento attraverso BIOCIRCUIT
- 62 Les Mills Lab powered by science
- **Trevi**: trascina il divertimento a ritmo di musica!
- Cargo 3: basta un
 T.TREKK20 e via verso
 il benessere
- ClubLine la nuova linea di Lacertosus®
- Con **InBody** la composizione corporea non è più un segreto
- Gli errori da non commettere
- La vetrina delle occasioni

NASCE FITNESS ITALIA LIFE

Da 15 anni la nostra redazione lavora costantemente per offrire una comunicazione pratica, utile e **gratuita** al mondo del fitness e del benessere.

Nell'ultimo anno abbiamo incrementato e migliorato la comunicazione sia della rivista sia delle piattaforme online, social e sito web.

www.lapalestra.it

Abbiamo creato una rete di comunicazione dedicata a tutti gli amanti del fitness e del benessere **www.fitnessitalia.it** (Instargram, pagina e gruppo facebook).

Questo numero de *LA PALESTRA* è un numero **speciale** e **dedicato**. Io personalmente lo dedico al mio amico Pietro, un "disabile", secondo il senso comune, ma per me compagno di allenamenti e di sfide sportive, un esempio di come affrontare le difficoltà di tutti i giorni. Lo dedichiamo quindi a tutti gli amici "Pietro" che ognuno di noi ha incontrato nella vita. A pag.42 troverete un dossier dove affrontiamo il problema "Italia/palestre accessibili ai disabili".

Ma volevamo fare di più. Così dopo diverse riunioni ed aver intervistato e consultato molti professionisti del settore, abbiamo deciso di creare un'associazione NO PROFIT, che possa sensibilizzare ed aiutare a crescere il mondo del fitness verso questo tema che in Italia incontra ancora molte barriere.

Ho il piacere quindi di comunicarvi che è nata **FITNESS ITALIA LIFE** (ONLUS – TERZO SETTORE) **www.fitnessitalialife.it**

Questi sono alcuni dei progetti che andremo a realizzare nel 2020:

- doneremo a palestre macchinari specifici che consentiranno lo svolgimento di pratiche sportive a persone con disabiltà;
- organizzeremo interventi nelle scuole e ad eventi per sensibilizzare la popolazione ad un corretto stile di vita;
- realizzeremo spazi per far praticare sport a persone con disabilità;
- doneremo borse di studio a favore di giovani atleti;
- insieme ad università ed aziende del settore svilupperemo attrezzature sportive per persone con disabilità.

Colgo l'occasione per ringraziare *Luca Campeotto*, l'uomo copertina di questo numero e auguragli tanta fortuna per i giochi paralimpici.

di Francesco Bonometti

LA RIVOLUZIONE DELL'ALLENAMENTO DIGITALE



L'OFFERTA SEMPRE
MAGGIORE
DI SISTEMI
TECNOLOGICI
E DIGITALI
NEI CLUB APRE
UN MONDO DI NUOVE
OPPORTUNITÀ. ECCO
COME SIA IL TRAINER,
SIA IL CLIENTE POSSONO
COGLIERLE

n un mondo sempre più ricco di **stimoli tecnologici** in ogni attività quotidiana, anche l'allenamento in palestra deve recepire lo slancio verso una fase fortemente innovativa. Lo sportivo, infatti, appartiene

a un target desideroso di immergersi in un'esperienza unica dove le abilità motorie si fondono per il totale controllo del movimento e un'ottimizzazione della tecnica esecutiva, per un allenamento immersivo, coinvolgente e altamente funzionale.

In questo contesto l'immersività dell'allenamento è uno dei fattori principali che regala motivazione all'utente, gli fornisce quello stimolo in più indispensabile per costruire obiettivi insieme al proprio personal trainer in un'ottica di condivisione ed evasione che si ritrova anche nell'allenamento in small group. Non trascurabile, inoltre, grazie all'introduzione del digitale nelle palestre, è la possibilità di avvicinare anche i più giovani all'attività fisica e avviarli al movimento attraverso un nuovo espediente molto vicino al gaming, ma nel contempo molto più funzionale di quest'ultimo.

Allenamento ottimale

Più coinvolgimento, dunque, e più possibilità di diversificazione degli allenamenti, ma soprattutto grazie alla tecnologia e al digitale all'interno dei club e delle palestre è possibile perseguire l'obiettivo di monitorare e ottimizzare l'allenamento in modo sempre migliore. Oltre al lato ludico della sessione in palestra, imprenditori e trainer che colgono le nuove opportunità del digitale e le includono nelle proprie realtà imprenditoriali, hanno modo di rendere l'allenamento per il cliente sicuro ed efficace e, aspetto ancor più interessante, attrarre ogni fascia d'età all'interno della propria palestra. Infatti se da un lato le potenzialità del digitale catturano l'attenzione del target che pratica cross training, dall'altro la possibilità di introdurre una componente fortemente legata alla salute e alla prevenzione permette









POWER CUFF LA PALESTRA IN UN CERCHIO





Power Cuff

cambia la percezione del carico conferendo maggiore

stabilità e controllo del peso

per una completa

libertà di movimento



Guido Bruscia, ideatore di Power Cuff fondatore di **Functional Training School**





CONTATTACI PER SAPERNE DI PIÙ















di attrarre il target appartenente alla nicchia dell'health fitness, del combattimento delle sindromi metaboliche e dell'allenamento propedeutico alla pratica di sport sia individuali sia di squadra.

Catturare nuovi clienti

Innovare la propria offerta nei confronti dei clienti non solo permette di diversificare la propria proposta e continuare a fidelizzare la propria clientela, bensì regala la possibilità di attrarre nuovi target che diversamente si approccerebbero molto difficilmente alle palestre. Basti pensare agli over 50, ai bambini, agli sportivi di livello che già si allenano per i propri obiettivi, e più in generale a chi desidera dedicarsi al proprio benessere, ma è poco allettato dall'allenamento indoor. La ricerca e lo sviluppo di sistemi per il fitness digitale ha aperto la strada ad infinite nuove possibilità di imprenditorialità e di cambiamento. Anche nel campo della riabilitazione, ad esempio post-infortunio, o della riatletizzazione, il panorama dell'offerta nei confronti dei proprietari di palestre si è ampliato crescendo vertiginosamente negli ultimi anni. Si è dato avvio ad una vera e propria rivoluzione del mercato con la quale si sta

spingendo il trend delle palestre nella direzione di trasformazione in laboratori altamente tecnologici a servizio sia dell'operatore sia del cliente. Infatti, i gestori di palestre smart hanno l'opportunità di costruire un allenamento sartoriale, studiato sulla base delle reali esigenze dell'utente e delle risposte in tempo reale che i software, le app e le interfacce restituiscono durante l'allenamento.

Anche per piccoli gruppi

Altro trend in crescita nelle palestre è la possibilità di impostare allenamenti in small group di 4-6-8 persone. Questo tipo di allenamento garantisce al cliente un allenamento ottimizzato sulla base delle proprie esigenze, sicuro, perché focalizzato sulla qualità del movimento e sull'esecuzione corretta degli esercizi, con quel pizzico di stimolo in più che l'allenamento in gruppo e il monitoraggio dello stesso sa dare, grazie alla tecnologia. La chiave di lettura del successo del trend digitale nel fitness sta anche e soprattutto nella possibilità per il cliente di ottenere report dettagliati e sempre consultabili specie sui propri dispositivi digitali (smartphone, tablet, pc, smartwatch ecc.), utili per verificare ogni fase del percorso di crescita della

propria affinità al movimento e trarre soddisfazione e stimolo nel proseguire il proprio percorso.

Prima l'uomo

Ciò su cui occorre focalizzare l'attenzione, per evitare l'errore di far passare il messaggio che la tecnologia possa sostituire l'intuito e le capacità di un buon personal trainer, è che ogni sistema tecnologico rappresenta un mezzo per esaltare la professionalità del trainer e va integrato nel suo metodo di lavoro. Quest'ultimo deve includere innanzitutto conoscenze, empatia e capacità di entrare in sintonia col cliente e confrontarsi col proprio team, per una crescita costante. Nel panorama dei prodotti utili a innalzare il livello tecnologico del proprio club la lista è veramente corposa... vi è solo l'imbarazzo della scelta. Lasciatevi catturare dall'innovazione tecnologica a servizio del movimento e cogliete le molte opportunità che questa nicchia di mercato può dare per muovervi e far muovere le persone in modo differente. ■

Francesco **Bonometti**

Marketing & Communication Specialist per TecnoBody www.tecnobody.it



CARICHI DI LAVORO? SCARICATEVI CON LO SPORT.

LA CARTA REGALO DECATHLON ENTRA NELLA TUA AZIENDA.
PERCHÉ LO SPORT È SEMPRE UNA BELLA SORPRESA

····· BISOGNO DI INFORMAZIONI? ······







carte.regalo@decathlon.com

carteregalobusiness.decathlon.it

+393468067032

+393471600984

+393469566378



di Andrea Pambianchi

UN 2020 TUTTO DA SCOPRIRE

È DA POCO INIZIATA

LA NUOVA

STAGIONE

E IN MOLTI

CLUB GIÀ SI

INTRAVEDONO

I SEGNALI DELLE NUOVE

TENDENZE CHE HANNO

SUPERATO LA FASE DI

INCUBAZIONE E HANNO

EFFETTIVAMENTE PRESO

PIEDE NEL SETTORE

FITNESS

urante questa frenetica estate, in ogni parte d'Italia, numerose strutture hanno velocemente apportato sostanziali modifiche e innovazioni sia al mix di offerta (attrezzature, macchinari, app, corsi, etc.), sia al design del club. Due importanti fattori che rendono concreta la voglia di stare al passo con i tempi di quei titolari di centri che, oltre alla normale gestione ordinaria del club, amano dedicare parte della loro quotidianità lavorativa alla fondamentale attività di ricerca & sviluppo. Ma procediamo con ordine analizzando quelle tendenze, già presenti nel resto del mondo, che stanno trovando terreno fertile anche nel nostro Paese.

Design del club

Non ci sono mezze misure. O meglio, ci sono, ma pare non siano più particolarmente apprezzate e diffuse perché non creano differenziazione agli occhi

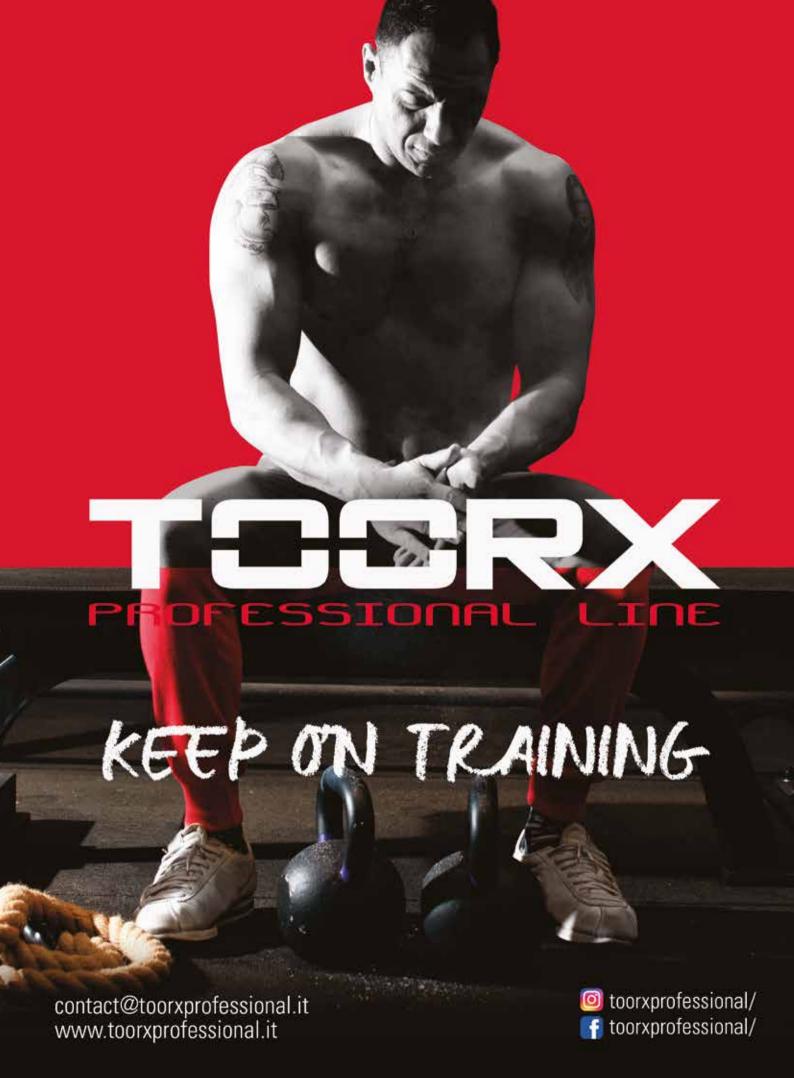


degli utenti. La classica palestra con i macchinari ordinatamente in fila, luminosa con neon o led a luce fredda e magari qualche corpo illuminante più ricercato in segreteria e negli spazi comuni, oramai non basta più. Le tre tendenze principali per quanto riguarda ambientazione, illuminazione, design e le sensazioni che questi elementi devono trasmettere, sono:

• Futuristico & tecnologico:

Un impatto veramente high tech per tutti quei club che vogliono attrarre una tipologia di clientela che ritrova negli ambienti futuristici il proprio habitat naturale. Luci fredde prevalentemente bianche, blu e verdi. Superfici lucide e brillanti inframezzate da schermi 4k e pannelli retroilluminati.

Dove alla cortesia dello staff si



abbina la semplicità di prenotarsi e gestire autonomamente il proprio abbonamento, scheda allenamento e socializzazione tramite telefono.

• Teatrale & disco:

Energia e concentrazione allo stato puro. Luci "drammaticamente teatrali" che fanno da sfondo a un'ambientazione da far invidia alle più famose discoteche di Ibiza. Spazi che potrebbero sembrare cupi, ma dove i toni del nero e viola sono prepotentemente squarciati da **fasci di luce calda** che focalizza l'attenzione e lo sforzo sulle attrezzature e per permettere all'utente di eseguire l'esercizio nel migliore dei modi.

• Sport & performance:

"Sei qui per allenarti. Non ti serve né una discoteca né un'astronave"; questo è il messaggio forte e chiaro che le strutture con questo tipo di impostazione vogliono dare. L'utente non deve distrarsi. E questo tipo di strutture di certo non fanno mancare nulla, anzi. Pulizia, servizi adeguati, ambienti curati, facilità nella gestione di abbonamento, prenotazioni e uno staff altamente professionale sono sempre alla base di qualsiasi caratterizzazione.

Offerta della palestra

Di pari passo con il design, anche la tipologia di attrezzature, macchinari, servizi e tipologia di corsi segue l'impronta e lo stile della palestra. Oramai, per definire meglio il posizionamento strategico e attrarre l'utenza di riferimento, è sempre più necessario che ci sia una forte coerenza di tutti gli aspetti che vengono percepiti dal potenziale cliente. L'estrema specializzazione delle boutique club, ma ancor prima di tutte le tipologie di "studio" dal personal allo yoga, confermano che per essere vincenti in una nicchia bisogna essere estremamente coerenti ed "estremisti" rispetto a quali attrezzature, corsi e servizi offrire. Ecco 3 tendenze per quanto riguarda l'offerta agli utenti:

• Post Recovery Workout Ne abbiamo avuto un'avvisaglia all'ultimo FIBO, e giornalmente

moltissimi post sponsorizzati su Facebook e Instagram ci mostrano come "allenarci dopo l'allenamento" utilizzando pistole massaggianti, rulli tacchettati o lisci, nastri adesivi per comprimere o allentare le tensioni muscolari, bande alle quali appendere la testa per lenire i dolori cervicali. Sicuramente alcuni esempi non incontrano il favore di tecnici e fisiatri, ma di là dall'oceano sono già nati delle boutique club specifiche su questo tipo di allenamento come StretchLab e Stretch*d.

• Caldo caldo, freddo freddo

È noto che temperature elevate, come anche quelle molto basse, abbiano molteplici effetti sul nostro corpo e sul metabolismo. Mai come ora avete potuto notare come ci sia un fortissimo ritorno e promozione di macchinari che permettono di allenarsi ad alte temperature o recuperare e prevenire dolori sfruttando il gelo più totale. Soluzioni che, a prescindere dalle preferenze personali, sono sicuramente interessanti e facilmente implementabili in qualsiasi tipologia di club. Il tempo delle lampade e docce solari è passato, l'abbronzatura non è più chic, e le stesse cabine sono perfettamente adatte agli esempi di cui sopra.

• Classi fusion ed esperienziali

No, non parliamo (solo) di classi olistiche, ma di tutta quella tipologia di lezioni che, per creare un'esperienza di allenamento unica, efficace e performante, mixano diversi elementi e tecniche con l'obiettivo di aumentare il coinvolgimento e la frequenza alle lezioni. Non è solo un esercizio stilistico perché far divertire di più, durante le lezioni, incrementa il numero di volte in cui una persona si allena, in questo modo ci si annoia meno e si raggiungono prima gli obiettivi. A tutto vantaggio della fidelizzazione dell'utente al proprio centro. Ovviamente queste sono solo alcune tipologie di trend rispetto all'ampia varietà che esiste nel settore del fitness e wellness. Tra le tendenze in arrivo poi c'è ovviamente tutto il mondo della realtà virtuale e

I VALORI DEL CLUB

Tra le tendenze in voga vale la pena evidenziare positivamente anche la sempre crescente attenzione e impegno da parte delle palestre nel promuovere e supportare iniziative di responsabilità e inclusione sociale.

Mini maratone, Open day, raccolte fondi e giornate di prevenzione sono sempre più utilizzate per inserire tra i "valori" del club anche l'impegno a costruire una società migliore sconfiggendo il problema della sedentarietà che a oggi rappresenta il quarto fattore di rischio a causare il più alto numero di decessi nel mondo.

Altra sfida molto importante è quella dell'inclusione sociale, dove il primo nodo da sciogliere è quello dell'indifferenza. I personal trainer più professionali sono perfettamente in grado di lavorare con persone affette da una delle tante tipologie di disabilità e anche molte attrezzature prevedono settaggi specifici per potersi adattare alle diverse esigenze. Al riguardo vale la pena ricordare i due più importati progetti globali: il #LetsBeActive dell'Organizzazione Mondiale della Sanità che si pone l'obiettivo di ridurre il tasso di sedentarietà del 15% entro il 2030 e UFIT - Universal Fitness Innovation Trasformation promosso dall'UNESCO che fornisce linee guida specifiche per l'inclusione sociale nei Fitness Club.

aumentata; per ora ancora non ci sono elementi sufficienti per affrontare l'argomento, ma è sicuramente interessante sapere che il campione di pugilato Floyd Mayweather, ha lanciato recentemente il suo franchising di boutique club che è fortemente caratterizzato dalla possibilità, tramite la realtà virtuale, di potersi allenare ovunque o sfidare lui in persona su un ring digitale ricreato grazie alle tecnologie virtuali.

Andrea **Pambianchi**

Proprietario dei Club Dabliu di Roma, lavora da oltre 20 anni nel Fitness & Wellness Management. Fondatore nel 2017 di Fitness Network Italia, la rete di imprese sportive, che supporta i club a diventare più competitivi ed innovativi. andrea@fni.fitness

THE EVOLUTION

THE NEW ERA OF INDOOR WALKING



di Federico La Commare

EFFICIENZA ENERGETICA



L'OBIETTIVO È IL RISPARMIO ENERGETICO
PER GLI IMPIANTI SPORTIVI CHE
COMPORTANO CONSUMI MOLTO ALTI,
E IN ALCUNI CASI CI SONO ANCHE
DEI CONTRIBUTI A FONDO PERDUTO

a gestione delle palestre e dei centri sportivi comporta consumi energetici molto alti dovuti al mantenimento delle condizioni di comfort ottimali, quali temperatura, umidità e velocità dell'aria, illuminazione degli ambienti, temperatura e qualità dell'acqua delle vasche. Pertanto il fabbisogno energetico di queste strutture è costituito soprattutto dal condizionamento estivo/invernale, dal mantenimento della temperatura e della pulizia dell'acqua di vasche e piscine, dall'areazione e illuminazione

degli ambienti. Le soluzioni per ottimizzare l'efficienza energetica nel settore ricettivo per quanto riguarda le palestre sono finalizzate per garantire un dimensionamento della spesa energetica, cercando il reale fabbisogno energetico, relativo al riscaldamento e raffrescamento degli ambienti, alla produzione di acqua calda per uso sanitario, o anche al trattamento dell'aria che circola all'interno della struttura. Altro obiettivo di queste soluzioni è quello di garantire un facile controllo dell'impianto, il cui utilizzo è spesso determinato dalla stagionalità dei consumi di energia e di acqua, che in molte strutture possono essere concentrati in particolari periodi dell'anno e in determinate fasce orarie.

Riqualificare energeticamente una struttura sportiva può significare cose molte diverse, a seconda delle sue caratteristiche:

1) In presenza di strutture accatastate come edifici, gli interventi di efficienza possono includere:

- intervenire sulla **coibentazione dell'involucro**, con l'isolamento di pareti e coperture, la sostituzione degli infissi, l'installazione di schermature solari;
- sostituire vecchi impianti di produzione dell'energia termica con sistemi più efficienti o alimentati a fonti rinnovabili -

GESTIONE

caldaie a condensazione, pompe di calore, stufe e camini a biomassa, impianti solari termici, anche abbinati a tecnologia solar cooling per la produzione di freddo – e approfittare per riqualificare il sistema di climatizzazione invernale:

- abbattere i consumi elettrici sostituendo i corpi illuminanti;
- oppure intervenire su tutto l'edificio con un mix di questi interventi sulla base di una diagnosi energetica.

2) Intervenire radicalmente su un edificio può consentire di trasformarlo in un edificio ad energia quasi zero (nZEB), che consuma pochissimo e produce da fonti rinnovabili l'energia che consuma. Ciò può essere occasione per un ammodernamento radicale delle strutture sportive, modificandole strutturalmente oltre che incrementandone l'efficienza.

3) Per strutture scoperte come stadi e campi sportivi con consumi energetici significativi è possibile intervenire su generatori di energia e illuminazione.

Contributo a fondo perduto

La riqualificazione energetica delle strutture sportive di proprietà pubblica, comunale o federale, può beneficiare del contributo a fondo perduto del Conto Termico. Possono accedere al meccanismo i Comuni, le Province, le federazioni sportive e gli altri soggetti pubblici che detengono la proprietà di palestre, piscine, palazzetti dello sport, etc. Ciò, anche qualora scelgano di affidarsi a una società di servizi energetici (ESCO) per curarne la gestione energetica e la realizzazione di interventi di efficienza.

Il Conto Termico incentiva la maggior parte delle tipologie di interventi che possono rendere energeticamente più efficiente un impianto sportivo.

Gli interventi possono riguardare anche le pertinenze esterne degli edifici. Un intervento di "relamping", per esempio, consente di incentivare la sostituzione delle lampadine o degli interi corpi illuminanti che si trovino all'interno dell'edificio o in aree esterne asservite alla struttura, per esempio, la palestra indoor e il cortile esterno, la piscina indoor e il campo esterno da tennis. Sono tutti interventi che possono essere realizzati da società come Progetto-e, azienda specializzata nell'efficienza energetica che propone servizi completi e a 360° per tutti i tipi di strutture fornendo: illuminazione led, impianti fotovoltaici, impianti termici (pompe di calore), mobilità elettrica e servizi energetici.

Federico La Commare

Tecnico specializzato in progetti ed apparecchiature per l'illuminazione Led, da diversi anni lavora in un'azienda specializzata del settore. info@progettoe.it







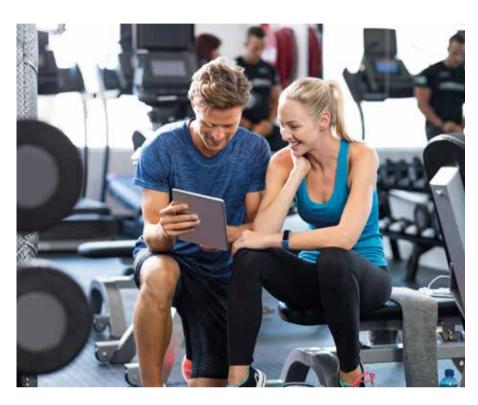


di Andrea Tilomelli

SOLUZIONI DIGITALI A SUPPORTO DEI TRAINER

È FINITO IL TEMPO IN CUI TUTTO ANDAVA BENE PER TUTTI. OGGI I CLUB E I LORO PT

E I LORO PT SONO ALLA RICERCA DI UN'OFFERTA SEMPRE PIÙ PERSONALIZZATA, DI SISTEMI GESTIONALI CHE METTANO AL CENTRO LE NECESSITÀ DEL CLIENTE



ll'interno di un centro fitness troviamo figure professionali con competenze diverse: all'ingresso abbiamo chi si occupa delle vendite e dell'accoglienza clienti, negli uffici il personale specializzato nel marketing e nella gestione aziendale, in sala lavorano trainer e istruttori qualificati. Un team variegato, dove ogni membro contribuisce in modo attivo al successo del centro e al suo vantaggio competitivo. La figura forse più rappresentativa di questo team è il trainer, colui che incarna, con la propria fisicità, gli obiettivi di allenamento dei clienti ed è l'immagine vincente che il centro vuole dare di sé. Grazie alla sua professionalità ed esperienza il trainer fa emergere le necessità e gli obiettivi di chi si iscrive in palestra, struttura un piano di allenamento mirato e razionale e mantiene

costante durante tutto il programma l'impegno e la motivazione dei propri clienti.

Come svolge questo compito?

Non esiste uno schema fisso valido per tutti, poiché ognuno attua le proprie strategie e i propri metodi, tuttavia è possibile rintracciare delle linee guida comuni:

1) ANAMNESI: come prima cosa il trainer deve effettuare un'anamnesi del proprio cliente: quali gli obiettivi, il tempo previsto da dedicare all'allenamento, la storia medica, l'alimentazione, gli stili di vita ecc. Questo è fondamentale per analizzare la situazione di partenza e porre le basi della pianificazione dell'allenamento. Inoltre, questa fase è utile anche per tracciare quel rapporto interpersonale di fiducia che sarà indispensabile per la buona riuscita del programma di allenamento.

2) VALUTAZIONE ANTROPOMETRICO

FUNZIONALE: è il parametro oggettivo su cui misurare lo stato inziale del cliente. Si compone di vari test di efficienza fisica e misurazioni della struttura ossea, composizione corporea ecc.

3) CREAZIONE DEL PROGRAMMA DI ALLENAMENTO: a questo punto, sulla base dei punti

punto, sulla base dei punti precedenti, è creato un programma di allenamento strutturato e personalizzato. Gli esercizi saranno combinati secondo modalità e tempi concordati con il cliente, in vista dell'obiettivo personale da raggiungere e gli appuntamenti scadenzati.

4) VERIFICHE INTERMEDIE:

la verifica dei risultati intermedi raggiunti è importante perché può confermare il percorso di



Contattateci per discutere delle opportunità di busines che i corsi collettivi offrono al vostro centro fitness:

LesMills



allenamento o, all'occorrenza, suggerire di mettere in atto le opportune modifiche.

Formazione continua

Oggi i trainer hanno una formazione multidisciplinare che spazia dall'anatomia alla nutrizione alla medicina dello sport e continuano il loro percorso di studi con aggiornamenti costanti. E mentre una volta una scheda di allenamento era un documento cartaceo con disegni e poche indicazioni testuali, oggi abbiamo schede digitali con immagini 3D e video consultabili tramite app da smartphone e il cliente può verificare dall'app i progressi ottenuti e i risultati raggiunti. Un nuovo scenario tecnologico che migliora e semplifica l'esperienza del cliente nel campo del fitness. Per garantire una qualità di servizio elevata e un metodo standardizzato, quasi tutti i trainer ricorrono ormai a supporti informatici nello svolgimento della loro professione. In commercio si trovano numerosi software che gravitano attorno al mondo dei **PT**: software per la creazione di schede di allenamento, software dedicati alla registrazione e analisi delle misurazioni, software di CRM, agende per la gestione degli appuntamenti... ognuno con proprie caratteristiche e proprie particolarità. Ma la soluzione migliore, sotto vari punti di vista, si ha adottando un sistema integrato che, oltre alla componente tecnica di allenamenti e misurazioni, inglobi in sé anche tutte le funzionalità necessarie alla gestione 360 gradi del centro fitness.

Quali i vantaggi di un sistema integrato?

• Fa risparmiare tempo.

Avvalersi di un software completo, con tutte le funzionalità necessarie alla gestione del centro, significa non dover ripetere le stesse operazioni più volte. Prendiamo, ad esempio, la registrazione di un'utente: una volta che dalla reception verrà creata una scheda anagrafica essa sarà disponibile anche per il PT per poter fissare appuntamenti e/o per assegnare una

scheda di allenamento senza dover ripetere la registrazione dei dati.

• Aiuta a lavorare in modo più strutturato.

Per un trainer è fondamentale sapere quanti appuntamenti ha acquistato il cliente, ciò gli permette di fissare gli appuntamenti nel modo più adeguato alle rispettive esigenze e di tarare il programma di allenamento in base agli incontri previsti. In un software integrato la gestione degli appuntamenti è collegata alla vendita e le prenotazioni andranno di pari passo con ciò che il cliente ha acquistato.

• Aiuta a condividere info.

La collaborazione è fondamentale quando più professionisti hanno a che fare con lo stesso utente. Risulta quindi molto importante per un trainer poter attingere alle informazioni sia anagrafiche, come il numero di telefono o la data di nascita, sia relative a eventuali note e/o comunicazioni, raccolte dalla reception. Se ad esempio il trainer è consapevole che la receptionist ha già inviato un promemoria al cliente per ricordargli di portare il certificato medico, eviterà di ricordarlo anche lui lo stesso giorno con effetto di ridondanza.

• Rende il lavoro più professionale.

Che senso ha segnalare a un cliente che la scheda di allenamento sta scadendo se lo stesso ha sospeso l'abbonamento? Vero che un trainer dovrebbe sapere quali sono i piani futuri dei propri clienti, ma laddove la memoria può fallire, non lo farà il sistema gestionale. Diventa quindi utile per il trainer poter incrociare le statistiche con il proprio lavoro, potenziando quella cura e attenzione per il cliente tanto apprezzata.

• Facilita le comunicazioni.

Se la gestione tecnica, è integrata con tutte le altre funzionalità significa che anche i canali di comunicazione propri del gestionale (sms, email, notifiche push tramite app) sono a disposizione dei trainer per l'invio dei loro messaggi.

• Ottimizzazione dell'esperienza del cliente. Dal punto di vista del socio, avere a propria disposizione un'app dove siano consultabili le proprie misurazioni e le schede di allenamento e, allo stesso tempo sia possibile prenotare la bike al corso di spinning o acquistare il rinnovo dell'abbonamento risulta estremamente comodo e contribuisce ad un'immagine innovativa e di facile utilizzo del centro stesso. Una soluzione software integrata aiuta a mantenere alta la soddisfazione e la fidelizzazione del cliente.

• Il digitale al servizio delle persone.

Ma il digitale non facilita solo il cliente. Anche gli stessi trainer possono ormai beneficiare dei vantaggi offerti dal mondo delle app. Nei sistemi integrati il gestionale comunica in tempo reale con le app e il PT. Dalla propria app, può interagire con il calendario degli appuntamenti del gestionale, rintracciare i dati del cliente e mettersi in contatto con lui, segnalare la mancata presenza a un appuntamento, addirittura può ricevere notifiche quando il cliente con cui ha appuntamento varca la soglia di ingresso al centro (e il gestionale registra il suo accesso).

Al centro sempre l'uomo

Questa panoramica evidenzia come una soluzione software integrata sia preferibile rispetto a sistemi isolati per le varie funzionalità necessarie a un centro fitness. A maggior ragione in un ambito come quello tecnico dove il contatto con il cliente è massimizzato. Il digitale offre un'ampia gamma di strumenti in questa direzione, ponendo sempre al centro l'individuo, per ottenere una esperienza da parte dell'utente soddisfacente e perfettamente calata sulla necessità delle persone.

Andrea Tilomelli

Amministrato Delegato EvolutionFit srl azienda del Gruppo TeamSystem. Oltre 25 anni di esperienza come analista e project manager di software gestionali per palestre e centri sportivi.



LA PARTNERSHIP CON LES MILLS VI DÀ ACCESSO AD UN ACCOMPAGNAMENTO BUSINESS COMPLETO

(Management, Marketing, Training)

volto ad incrementare la vendita di abbonamenti, la fidelizzazione dei vostri clienti e la motivazione del vostro team.

Piano di sviluppo strategico

Strumenti di **gestione** dei corsi collettivi

Processo di integrazione dei nuovi clienti

Formazione iniziale degli istruttori e aggiornamento trimestrale

Strutturazione del processo di vendita nel club

Risorse di marketing professionali

Supporto alla **comunicazione** nel club e sui social media

Seminari manageriali

Siamo a vostra disposizione per discutere con voi sulle attività di gruppo del vostro centro fitness:

LesMills



di Elisabetta Pea

CHE COSA SONO I KPI E COME USARLI

QUALI SONO
GLI INDICATORI
PRINCIPALI
DA MONITORARE
IN UNA PALESTRA?

COME POSSIAMO RENDERE
OGNI PROCESSO
AZIENDALE PROFICUO
E FUNZIONALE?
SEPPUR FONDAMENTALI,
IL FATTURATO
E L'INCASSATO
DI UN CENTRO FITNESS
NON SONO GLI UNICI
INDICI DA CONTROLLARE.
VEDIAMO INSIEME ALCUNI
DEGLI INDICATORI PIÙ
INTERESSANTI
DA ANALIZZARE
IN UNA PALESTRA

gni imprenditore o gestore di centri fitness, dovrebbe analizzare costantemente degli **indicatori di prestazione** stabiliti per misurare le *performance* della propria azienda e tenerli costantemente sotto controllo, per assicurarsi di essere sulla strada giusta per raggiungere gli obiettivi pianificati.
Gli indicatori di cui parliamo



sono chiamati KPI (Key Performance Indicator) strumenti utilizzati per misurare l'efficacia e la redditività dell'attività. La maggior parte di essi possono essere applicati a tutte le aziende, mentre alcuni sono unici e hanno maggiore rilevanza per l'analisi dei centri fitness. I KPI sono indicatori da monitorare con la massima attenzione poiché permettono di conoscere l'andamento dell'azienda in maniera tangibile e riassuntiva, inoltre, servono per guidare decisioni e misurare l'efficacia delle attività svolte come lanciare una campagna marketing, testare un nuovo listino, inserire una nuova attività.

veloce per avere risposte e prendere decisioni importanti per l'azienda: ecco i sei punti.

1) Tasso di conversione

La percentuale del "tasso di conversione", come tutti i KPI di **fitness marketing**, dipenderà sia dal tipo di club sia dagli obiettivi prefissati. Se si dispone di un reparto commerciale, oppure si offrono allenamenti gratuiti tramite il web come parte del processo di acquisizione, sarà fondamentale misurare la frequenza con cui i potenziali clienti accettano l'offerta e la percentuale con cui si convertono le richieste di informazioni in clienti permanenti. I tassi di conversione variano in

Analizzare i KPI è il modo più

AMMINISTRAZIONE

base a diversi fattori:

- le abilità dei consulenti;
- le leve commerciali;
- l'offerta:
- · la concorrenza.

A seconda delle varie tipologie di clienti che si accolgono (ex iscritti, rinnovi, clienti spontanei), andranno monitorati gli indici di conversione. Se un'offerta ha un tasso di conversione insolitamente basso, sarà necessario comprenderne il motivo, viceversa se un'altra sta funzionando bene, si potrà cavalcare la cresta dell'onda e aumentarne la propaganda o creare offerte simili.

2) Tasso di fidelizzazione dei clienti

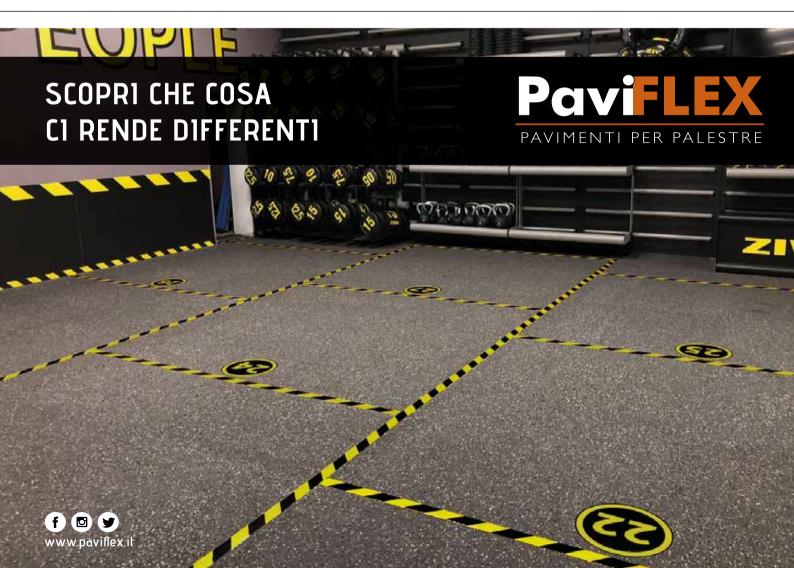
Il tasso di fidelizzazione è un altro KPI importante da monitorare in un club e si riferisce a quanto un'azienda sia in grado di trattenere i propri clienti a seguito di una prima iscrizione. Può essere misurato nel corso di un determinato arco di tempo sia esso un mese, trimestre o un anno. La fidelizzazione dipende da diversi fattori, la soddisfazione del cliente, la comodità nel raggiungere il club, le abitudini, l'età della persona, la presenza di amici e altro ancora.

Come si calcola la percentuale di fidelizzazione? Si prende semplicemente il numero di clienti iscritti con scadenza del loro abbonamento in un determinato periodo, e si verifica quanti di questi ha rinnovato il proprio abbonamento. Molte ricerche mostrano che un buon indice di fidelizzazione non dovrebbe scendere al di sotto del 50%, se questo dato fosse inferiore, il tasso di abbandono sarebbe molto elevato e si dovrebbe quindi lavorare più duramente e in maniera più efficace affinché i clienti continuino ad affidarsi all'azienda. Abbinato al tasso di fidelizzazione vi è la durata della

fidelizzazione stessa, cioè per quanto tempo i clienti restano iscritti nel club. Tenere sotto controllo questo indice di fitness marketing, consente di avere una migliore visione del ciclo di vita dei clienti.

3) Indice di soddisfazione dei membri

Spesso si pensa che questo aspetto non abbia nulla a che fare con il marketing, non è così. Abbiamo già visto che mantenere i clienti più a lungo è uno dei modi per migliorare e aumentare il fatturato. la soddisfazione e la "felicità" dei nostri clienti contribuisce a questo. Gli iscritti stessi possono essere i migliori reclutatori generando un potente passaparola. È importante incoraggiare i clienti più disponibili a parlare della palestra e del perché sono soddisfatti, sia on line sia off line, offrire loro un riconoscimento per ringraziarli del supporto e un vantaggio alle persone che





presenteranno (ad esempio un premio o un'estensione del loro abbonamento). Assicurarsi che i clienti siano soddisfatti aiuterà a fidelizzarli e nello stesso tempo a trasformarli in ambasciatori del club.

4) Margine di profitto (EBITDA) e valore aggiunto

Il valore aggiunto è il KPI dal quale derivano tutti gli altri. Si calcola sottraendo i costi variabili operativi dal fatturato totale. I costi variabili operativi sono le spese sostenute per produrre e offrire il prodotto o servizio. Nei costi andranno inclusi anche i costi variabili, ovvero i costi sostenuti ogni volta che si vende un prodotto (ad esempio le provvigioni). Il margine di profitto, o EBITDA (Earning Before Interests, Taxes, Depreciation, Amortization) misura la percentuale di fatturato residua dopo che sono stati sottratti costo del lavoro e consumi per materiali e servizi, è un indicatore utile per capire se la gestione è migliorata o meno negli anni e si calcola sottraendo dal valore aggiunto tutti gli altri costi operativi. Solo con un calcolo preciso dei costi di produzione si può calcolare in modo verosimile il margine di profitto, in modo

da prendere le migliori decisioni strategiche per l'azienda.

5) Media vendita (o scontrino medio)

Altro KPI fondamentale per analizzare la crescita del club è il valore medio di vendita abbonamenti.

Quest'ultimo si calcola prendendo il fatturato totale generato nell'arco di tempo stabilito, diviso il numero di vendite effettuate nello stesso periodo. Esistono principalmente 3 modi per aumentare il fatturato del proprio club in maniera esponenziale e non in maniera lineare ed è fondamentale programmare l'azienda e il marketing in modo tale da sviluppare costantemente nel tempo tutti e tre i modi contemporaneamente:

- acquisire più clienti;
- vendere più servizi ad ogni singolo cliente;
- vendere ripetutamente allo stesso cliente.

6) Analisi dei budget

Altro dato molto importante da monitorare per lo sviluppo aziendale è la differenza di fatturato previsto alla fine del periodo di riferimento, rispetto al

budget prestabilito.

Il budget è il bilancio di previsione che rientra tra gli strumenti fondamentali di programmazione e di controllo dell'attività economica. I risultati del budget potranno essere in positivo o in negativo, in base al lavoro svolto dal club. È di vitale importanza far sì che la differenza dell'obiettivo del budget sia sempre in positivo, e che le aspettative dell'azienda crescano di pari passo con la crescita del club.

Perché è importante monitorare questo KPI?

L'obiettivo del budget prefissato sarà indicativo per le strategie aziendali future, se questo viene raggiunto e superato facilmente, vuol dire che si sta lavorando bene e si sottovalutano le potenzialità dell'azienda ed è quindi consigliato alzare l'asticella e puntare ad un obiettivo più grande. Se invece l'obiettivo finale prestabilito viene ripetutamente fallito, a causa di motivi intrinseci o estrinseci, vuol dire che dobbiamo abbassare le pretese e ripartire dal miglioramento degli step precedenti. Un affidabile metodo di crescita con conseguente positività nel raggiungimento del budget è creare premi o obiettivi per gli stessi dipendenti e responsabili affinché questi riescano ad aumentare le proprie performance e contribuire all'aumento del fatturato aziendale. Nonostante questi aspetti siano molto diversi tra loro, devono condurre tutti al raggiungimento di un risultato comune, ovvero il soddisfacimento dei principali obiettivi aziendali.

I KPI devono basarsi su obiettivi specifici dell'azienda e devono essere monitorati nel tempo, comparando i dati del mese corrente con i mesi passati o addirittura con lo stesso mese degli anni precedenti, verificando eventuali anomalie o miglioramenti.

Elisabetta **Pea**

Imprenditrice Fitness Club, Consulente Marketing settore Fitness e Welness c/o SCAI for fit; formatrice, esperta di Media Marketing; istruttrice fitness, iscritta presso l'albo dei pedagogisti.

elisabettapea@hotmail.com























OFFERTA SHOCK

NUOVA LINEA IT 6000

Scegli almeno 3 pz tra gli oltre 30 modelli disponibili senza preoccuparti del prezzo: tutti a € 980,00* cad.



- Acquisto minimo 3 pz
- Acconto 35% all'ordine

OFFERTA
IN SCADENZA



980,00













M9 Treadmil

CON SUPERVALUTAZIONE USATO

€ 1.990,00

Possibilità di NOLEGGIO OPERATIVO

CARDIACA il cuore del veeliness

Cardiaca Srl Unipersonale info@cardiaca.it – Info 328.8773385

di Massimiliano Barresi

IL BUSINESS IN ROSA

UN CENTRO
FITNESS AL
FEMMINILE
PENSATO
DA UN UOMO.

ECCO
L'ESPERIENZA
DI UN IMPRENDITORE
DEL FITNESS
CHE HA COMPRESO
LE POTENZIALITÀ
DI QUESTO MERCATO



a qualche anno negli
Stati Uniti vanno
di moda le fitness
boutique, centri fitness
di dimensioni ridotte
altamente focalizzati su una
disciplina o una categoria di clienti.
Un trend che da qualche anno è
sbarcato anche nel nostro bel Paese.
Hanno fatto da apri pista i tanti
centri dedicati alle discipline
di natura olistica.

Poi è esplosa la moda del Crossfit che ha portato un cambiamento importante nel modo di allenarsi di tante persone dando tanti spunti di riflessione importanti per gli imprenditori del settore.

In questi casi si tratta di realtà dedicate ad una particolare disciplina.

Di natura diversa sono i centri dedicati a una categoria specifica di clientela. Tante sono le realtà, per esempio dedicate alla terza età che svolgono sicuramente un importante ruolo sociale e che permettono a tante persone di mantenersi in salute attraverso uno stile di vita più attivo. Probabilmente viste le tante iniziative nelle realtà di quartiere, specialmente a carattere aggregativo risulta difficile crearci un vero e proprio business.

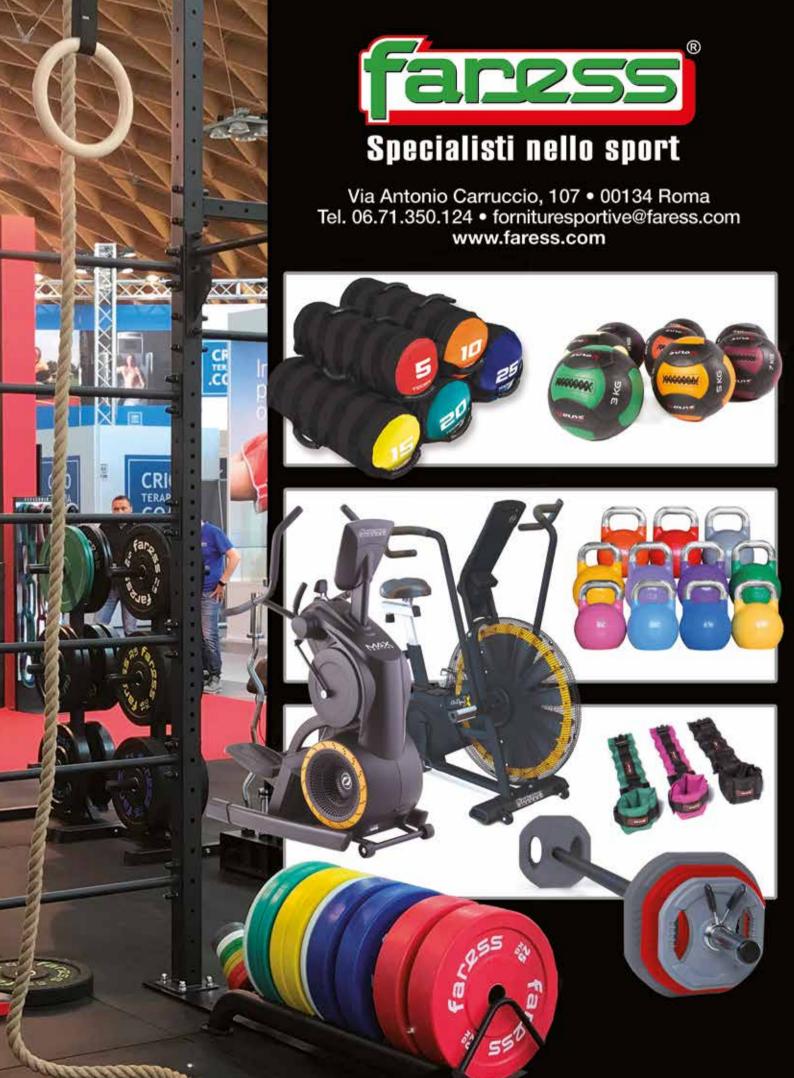
Una categoria di clientela che merita invece particolare attenzione sono sicuramente le donne.
Le ultime indagini di mercato nel settore fitness le identificano come le clienti più fedeli dei centri fitness, ecco perché questa categoria di clientela si presta ad avere una realtà completamente dedicata a loro.

Esistono già format provenienti al di fuori dei nostri confini che si propongono come centri dedicati solo alle donne. La loro offerta principalmente è costituita da piccole strutture dotate di macchinari a resistenza idraulica disposti a circuito e di uno spogliatoio. Tantissime sono le realtà che propongono esclusivamente attività di fitness precoreografato all'interno di scuole di danza o oratori, ma obiettivamente non si può costruire un business duraturo intorno a progetti simili.

La mia esperienza

Nel 2016 ho ideato un format differente da tutti quelli in commercio: *LiberaMente Donna*. La prima particolarità è che a idearlo sono stato io che sono un uomo, cercando di creare qualcosa che potesse rispondere a tutte le necessità di una donna. In un mercato dove la maggior parte dei titolari è di sesso maschile

questa potrebbe essere una nuova



INIZIATIVE



opportunità, anche perché si tratta di un centro fitness vero e proprio, ma chiaramente di dimensioni ridotte.

Investimento contenuto

Partiamo da un aspetto che sicuramente sta a cuore ad ogni impreditore: l'investimento è veramente contenuto parliamo di aprire il tuo centro fitness con una cifra inferiore a 40mila euro. Ciò che caratterizza il mio progetto è l'assenza di una sala pesi tradizionale. Se leggete questa rivista sapete benissimo quanto possa costare allestire una sala pesi efficiente e funzionale. Vista la mia esperienza decennale da istruttore di sala pesi, ho preferito allestire una piccola area a circuito, intuitiva e dal semplice utilizzo, ma al tempo stesso efficiente. Sul mercato ci sono aziende che producono attrezzature che sposano questa filosofia di lavoro.

Ambienti accoglienti

Il secondo aspetto da considerare è la cura degli ambienti che deve essere meticolosa, senza dover spendere per forza una fortuna, ma semplicemente rendendoli più accoglienti. Iniziamo con gli spogliatoi che di solito vengono trascurati mentre in un progetto

di questo tipo ricoprono un ruolo fondamentale. Pulizia e possibilità di cambiarsi comodamente non devono mancare mai.

Il prezzo giusto

Passiamo all'aspetto tecnico, continuare a rivolgersi ai soliti "fissati" ha creato soltanto negli anni una guerra al ribasso, facendo perdere credibilità ad un settore che invece ricopre un ruolo fondamentale nella salute delle persone.

Per questo motivo ho creato un'area per neofite, un ambiente semplice con due sole tipologie di attività di small group. In questa sala a cui ho dato un nome significativo, accogliamo ogni giorno tante donne che non sono mai entrate in una palestra tradizionale o che sono deluse da esperienze precendenti.Queste persone vengono una o due volte massimo alla settimana, vivono un'esperienza di movimento adeguata, ne sono entusiaste e ci portano automaticamente le loro amiche che sono nella stessa situazione.

Avete più o meno idea di quante persone potete raggiungere? Le nostre lezioni hanno la lista d'attesa. Completa la mia offerta un'ultima sala dove le clienti trovano tutto

quello che il fitness tradizionale offre e per questo motivo l'ho chiamata "*Tutto ciò che vuoi*". Lezioni dalle 9 del mattino alle 20 la sera che spaziano dallo step coreografico, alla tonificazione, pilates, a tutto ciò che il mercato propone per le attività precoreografate.

Spazio alle mamme

Infine, una "chicca" che mi ha dato un carattere distintivo e che ha permesso a tantissime mamme, tra cui molte single, di **tornare** a regalarsi del tempo: uno spazio gioco, gratuito e assistito da un'operatrice, dove le clienti possono lasciare i propri bimbi per la durata dell'attività che stanno svolgendo.

Pensate che impatto può avere questa strategia a livello sociale. Rimanendo sempre sul sociale vi do un altro spunto di riflessione frutto dell'esperienza di questi tre anni. Viviamo in una società multietnica in cui le diversità sia culturali sia religiose sono aumentate.

In italia c'è una forte presenza di musulmani. Le donne musulmane che rispettano l'uso del velo non possono toglierlo davanti ad altri uomini. Nella realtà di un centro esclusivamente femminile donne con istruttrici donne, non solo possono togliere il velo, ma possono fare attività e divertirsi senza preclusioni di sorta. È una opportunità di business interessante se si lasciano da parte i pregiudizi, oltre al fatto che in queste comunità il passaparola è immediato.

Clientela fedele

Concludo con un piccolo consiglio: instaurate un sistema di vendita relazionale degli abbonamenti. Questo vi permetterà di instaurare un rapporto duraturo con le clienti, attraverso dei feedback continui ed organizzati.

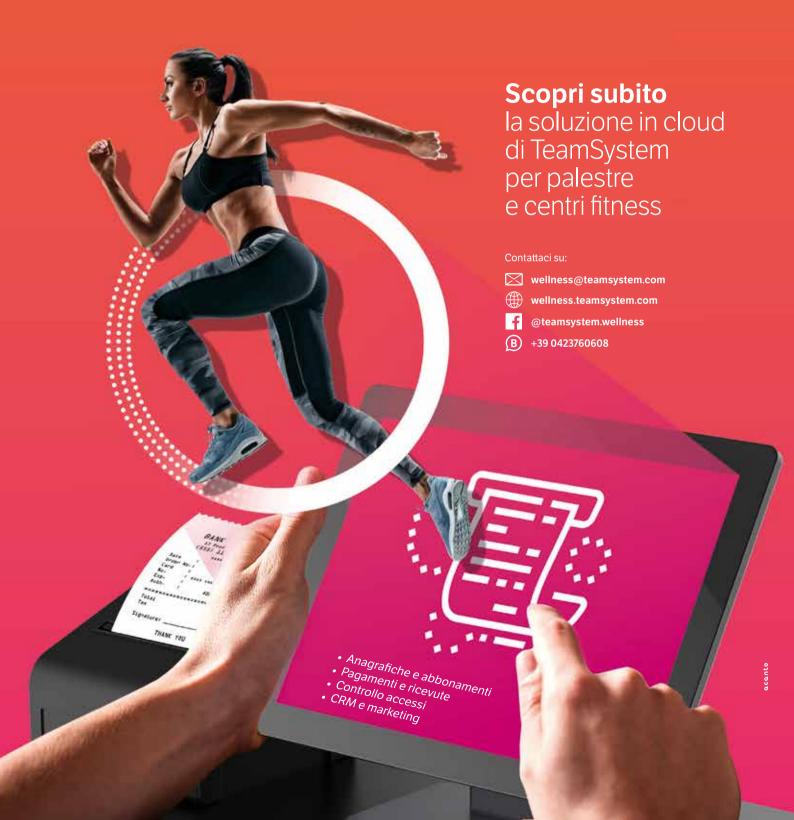
Il grande Steve Jobs ci ha lasciato il suo *Think Different* e se iniziassimo a pensare in *Rosa*? ■

Massimiliano **Barresi** Ideatore di *liberaMente donna*



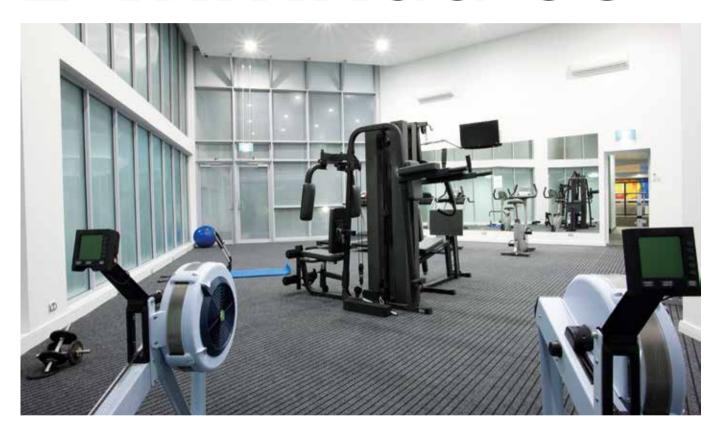
Scontrino elettronico: manca poco al 1 gennaio 2020. Ti sei adeguato?

Addio a ricevute e scontrini fiscali!



di Daniele Roncoli

FACILI E VANTAGGIOSI



IL MONDO DELLE
PALESTRE È
IN CONTINUO
CAMBIAMENTO
E L'IMMAGINE

DELLE VECCHIE
SALE PESI RICAVATE
IN QUALCHE VECCHIO
SEMINTERRATO UMIDO
STA INESORABILMENTE
SCOMPARENDO. C'È
ANCORA POSTO PER LE
"PALESTRE DI QUARTIERE"?

a diversi anni negli Stati Uniti (sempre precursori in tema di innovazione) e da qualche tempo anche in Europa e da noi in Italia, è nato un nuovo modo di gestire le palestre (e gli affari): i Fitness Studio. Si tratta di spazi molto ridotti rispetto alle palestre tradizionali, in controtendenza se consideriamo le mega sale. Sono sufficienti anche solo 50 -60 mq ben organizzati per poter proporre corsi di personal training "one to one" o in "small group" di 2, 3 o 5 persone al massimo. Non è sempre necessario munirsi

multi power o cage, kettelbell e altri ausili in base alle attività che decideremo di proporre. Ad esempio il Crossfit è di gran moda (ed è anche molto efficace) ed è poca l'attrezzatura richiesta (sfogliando la nostra rivista, ci si può fare un'idea molto chiara di cosa occorre e a quali rivenditori rivolgersi). Perché quindi non specializzarsi in un settore e proporlo in maniera esclusiva? Si possono anche proporre corsi speciali di yoga, stretching, corsi per senior, premaman o di ginnastica posturale (anche in questo caso con un piccolo investimento in materiale sportivo) e intercettare così quella (grossa)

basterà attrezzarsi con pesi liberi,

di macchinari isotonici, ma

EVOLUTION FIT





Utilizzato da oltre 1000 Centri Fitness e Personal Trainer

Creare programmi di allenamento non è mai stato così semplice e immediato

- Schede allenamento
- Archivio esercizi grafica 3D
- Piani alimentari
- Plicometria
- · Antropometria e Anamnesi
- · APP per i tuoi clienti





evolutionfit@evolutionfit.it

www.evolutionfit.it

Scheda di allenamento

APERTURE PANCA BASSA 2 MANUSR

IMAGRIMENTO

@evolutionfitPRO

+011 9012143

Richiedi la tua DEMO GRATUITA su www.evolutionfit.it



Scopri Gymnius

Il nuovo modulo di EvolutionFitPRO per creare i programmi di allenamento in maniera completamente automatica

ESPERIENZE



fetta di utenza che non trova soddisfazione presso i grandi centri sportivi "generalisti".

Idee chiare

Il Business Plan: chi decidesse di scommettere nel campo del fitness troverà senz'altro soddisfazione affiliandosi con la formula del franchising a reti già sviluppate; si tratta di una possibilità seria con ottime possibilità di riuscita vista la consolidata esperienza ed i servizi offerti da professionisti qualificati. Per chi però, decidesse di intraprendere una strada alternativa ecco pronta la soluzione Fitness Studio: una micro palestra altamente specializzata in cui si viene accolti e seguiti dall'istruttore con il quale si instaura ben presto un rapporto di empatia che garantirà sicura fidelizzazione e raggiungimento degli obiettivi. Ecco perché è necessario procedere con la stesura di un business plan dettagliato e valutare se la nostra idea imprenditoriale può spiccare il volo. Questa è la fase in cui può essere d'aiuto un bravo dottore commercialista che abbia già tra i suoi assistiti delle società sportive. L'inquadramento civilistico e fiscale presenta, infatti, delle peculiarità specifiche. Molto utile può essere inoltre farsi affiancare da un progettista ingegnere o geometra che possa consigliarvi e mettere su carta il vostro progetto di palestra

"perfetta"informandovi anche sull'iter autorizzativo comunale o urbanistico (spesso diverso da Comune a Comune).

Essere visionari

La parte più stimolante sarà la ricerca del locale che, in base alle possibilità, può essere acquistato o preso in locazione. Sarà la prima volta che "vedrete" la vostra nuova palestra prendere vita. A questo punto non ci resta che richiedere uno o più preventivi per l'attrezzatura e il gioco è fatto. L'idea sarà vincente se vi sarete preparati bene il terreno in questo frangente. Quindi abbiate coraggio. Parlo proprio ai gestori di quelle palestre in difficoltà, ma anche a chi, in possesso dei titoli di studio necessari, ambisce a mettersi in proprio e a vivere di sport. La forma societaria: potete scegliere se impostare il Fitness Studio come A.s.d. (associazione sportiva dilettantistica) nelle sue varie forme, per godere di notevoli vantaggi fiscali o decidere di fondare un vera e propria società commerciale come S.n.c. o S.r.l. che garantisce maggiore dinamicità nel gestire l'investimento e gli utili che ne deriveranno. In questa forma di business la gestione è essenziale e bisognerà pianificare quanto più possibile, senza lasciare nulla al caso o all'improvvisazione, riducendo le spese iniziali al

massimo, ma nel contempo garantendo uno standard alto, al passo con i tempi, non lesinando con attrezzature nuove e di qualità anche se in numero ridotto. Sarebbe, infatti, un grosso errore strategico cercare di fare concorrenza agli altri competitor abbassando i prezzi o sfidandoli sullo stesso terreno, il segreto per avere successo è differenziarsi e specializzarsi.

La professionalità del PT

Un'attenzione particolare meritano gli istruttori, da selezionare accuratamente, preparati ed esperti in grado di trasmettere il nostro messaggio e di "vendere" un prodotto che per molti versi è nuovo sulla piazza. Talvolta le novità possono spiazzare il mercato e siamo abituati da sempre a pensare alla palestra in maniera tradizionale, ma il coraggio di cambiare e di diventare pionieri ripagherà tutti gli sforzi. La figura del trainer sarà anche in questo caso essenziale e dovrà essere in grado di far capire al potenziale iscritto che si sta acquistando un servizio di qualità tale da giustificare un prezzo più alto della media. Un cliente soddisfatto ve ne porterà altri due e sarà ben lieto di pagare di più (decisamente di più) per ottenere un servizio professionale fatto su misura per lui. Musica per le orecchie degli imprenditori sportivi.

lo l'ho fatto

In conclusione permettetemi una considerazione autobiografica, quest'anno festeggio i 20 anni di carriera e il mio piccolo Fit Studio, inaugurato nel 2013, ha avuto un successo tale che si è creata una lunga lista d'attesa. Lavoro e impegno quotidiano sono stati ampiamente ricompensati tanto che sto lavorando all'apertura di un secondo Fit Studio 2.

Spero con questo articolo di essere stato di ispirazione a quanti, come me, sono appassionati di sport e hanno reso la loro passione

Daniele Roncoli

Titolare dell'ASD Fit Studio Iscritto all'Albo Nazionale Tecnici info@fitstudio.it

un'ottima fonte di reddito.

TRADER TECHNOGYM DI ATTREZZATURE SPORTIVE RIGENERATE

GARANTITE 12 MESI

OCCASIONI IMPERDIBILI

MINELLNESS POINT

WWW.WELLNESSPOINT.IT

+39 0823 422787 - info@wellness-point.it

Via dell'Industria, Zona Industriale - San Marco Evangelista (CE) c/o Boccardi



PALESTRA COMPLETA ELEMENT TECHNOGYM

PALESTRA COMPLETA SILVER LUX TECHNOGYM

PALESTRA COMPLETA SELECTION TECHNOGYM

€ 45,000,00

PALESTRA COMPLETA TECA PRESTIGE

TECHNOGYM VISIO NOW EXCITE 700 (10 PEZZI)
€ 24,000,00

TECHNOGYM EXCITE 700 CLASSIC (10 PEZZI) € 18.000,00

TECHNOGYM EXCITE 500 CLASSIC (10 PEZZI) € 17.000,00

TECHNOGYM XT LINE (6 PEZZI)
€ 5,000,00

TECHNOGYM XT PRO 600 (7 PEZZI) € 6.500.00

TECHNOGYM VARIO + CROSSOVER EXCITE 700 LED € 4.500,00

Wellness Point fornisce alle strutture sportive attrezzature nuove ed usate, rigenerate come nuove, prodotte da marchi di primaria importanza con un abbattimento di circa il 60% rispetto al prezzo di listino nuovo.

Offre garanzia sui prodotti rigenerati ed assistenza rapida con tecnici specializzati.

La Wellness Point è partner ufficiale della VOLALTO 2.0 CASERTA, squadra di pallavolo femminile della città di Caserta, che milita nel campionato di Serie A1.

Scoprite di più, navigando il nostro sito WWW.WELLNESSPOINT.IT







WELLNESSPOINT_CE

WELLNESS POINT SRL UNIPERSONALE

di Raffaele Familari

UNA FIGURA DA IMITARE



COM'È CAMBIATA LA



LA FIDELIZZAZIONE SFRUTTANDO LE TECNOLOGIE ATTUALI

o iniziato a lavorare come istruttore in sala pesi negli Anni Ottanta, i mitici "anni ottanta", dove tutto era diverso rispetto a oggi e le (poche) palestre erano strutturate con molta semplicità. La sala pesi era a dir poco essenziale e la figura dei trainer rifletteva questa immagine, il ruolo era quello di

assistere tecnicamente i clienti, punto e basta. In questo articolo voglio offrire alcune indicazioni, per migliorare l'operazione di rinnovo degli abbonati e su quali sono le caratteristiche principali dell'assistente in sala pesi.

Ormai tutti sanno che il cliente rinnova se frequenta, altrimenti pensa solo di buttare via i propri soldi, quindi è evidente che

l'istruttore del 2020 deve essere sempre più un trascinatore di folle, che un virtuoso di tecnica, fermo restando che do per scontato che conosca molto bene anche quella. Entriamo nel dettaglio, cerchiamo di capire quali sono le sette caratteristiche principali che deve avere il responsabile di sala pesi.

Le sette caratteristiche

• Essere in forma. Sembra scontato, ma sono entrato in diverse palestre e non credevo ai miei occhi, non significa

essere dei "body building", questo non rappresenta più l'ideale per nostro cliente tipo.

• Professionista.

Per professionista intendo, che l'istruttore deve essere il primo lavoro e non un'occupazione secondaria nata dalla passione per la palestra, sarebbe ideale se avesse frequentato scienze motorie (ex ISEF) e poi le varie scuole di specializzazione.

- Sorridente. Chi lavora in sala pesi è costantemente in vetrina, e sorridere predispone il nostro cliente al fenomeno della "reciprocità" inducendo a sua volta al sorriso e quindi a una sensazione piacevole.
- Saper ascoltare. Soprattutto i bisogni delle persone che cercano di raggiungere i propri obiettivi. Senza un attento ascolto assertivo, diventa difficile preparare il miglior programma possibile.

GESTIONE

- Trascinatore. Deve saper far appassionare la clientela a un nuovo stile di vita, quindi l'istruttore deve diventare un esempio da seguire senza però essere "fissato e insistente", in pratica deve portare a sé i clienti dolcemente, più per uno spirito di emulazione che per delle forzature temporanee.
- Gentile. Essere gentile al limite del premuroso vince qualsiasi resistenza del nostro ospite, oltre a creare le condizioni affinché il cliente diventi un ottimo esecutore.
- Sincero. L'istruttore è costantemente in vista, viene continuamente messo sotto le luci dei riflettori, e se per caso non ha voglia o non è in sincronia con ciò che dice, inevitabilmente i clienti percepiranno questa divergenza.

Una mano dalla tecnologia

Vediamo ora come sfruttare al meglio la tecnologia, per aumentare

le percentuali di vendite in fase di rinnovo, da sempre cruccio costante di tutti gli imprenditori di palestre. Nel mio centro "Living Wellness", abbiamo messo a punto, tramite un sistema informatico, il controllo costante per i nuovi iscritti soprattutto per i primi 3 mesi definendoli "Sorvegliati Speciali".

In questi 90 giorni il rischio di abbandono è elevatissimo, quindi monitorandoli costantemente e facendoli frequentare, si creeranno le condizioni migliori affinché la palestra diventi un'abitudine. Nel caso che il cliente non frequenti nell'arco di 15 giorni, viene inviato un avvertimento, da parte dell'istruttore. Di seguito, il personale dell'accoglienza si metterà in contatto di nuovo con il cliente per fissare un breve incontro (con il trainer) per far riprendere il percorso in palestra. Successivamente, trascorsi i 3 mesi, i rinnovi scheda avranno una scadenza di 6-8 settimane, sempre per avere una azione di rinforzo sulla delicata frequentazione del nostro atleta, in

modo da stimolarlo al massimo. Va da sé che azioni combinate, da parte di tutto lo staff, non potranno che incrementare le percentuali di rinnovo, fra queste porrei l'accento nel chiamarlo spesso per nome, ricordarsi di evidenziare i suoi miglioramenti, creare momenti alternativi piacevoli, come cene o serate di approfondimento su temi interessanti.

Insomma, la costante ricerca di nuovi clienti e il loro successivo rinnovo, sono sempre alla base del successo dell'azienda fitness, **l'identikit** del cliente tipo è in continuo cambiamento, da qui l'esigenza dell'imprenditore di continuare a variare gli accorgimenti sia tecnici sia strategici, per creare strutture e personale sempre più competitivo.

Raffaele **Familari**

Diplomato ISEF, socio fondatore del Club Living Wellness, autore del libro "Dal pensiero all'azione", coach, creatore della *Delphit Performance*, come avere un corpo in forma e una mente performante, partendo dai propri pensieri.



di Giorgia Donini

COMPONENTI MODULARI

SI CAMBIA SECONDO LE ESIGENZE

LO SPAZIO È SEMPRE TIRANNO E IL DESIDERIO DI TUTTI È QUELLO DI ATTREZZARE

AL MEGLIO IL PROPRIO CENTRO, SPECIALMENTE SE PARLIAMO DELLO SPOGLIATOIO. ECCO ALCUNE IDEE

uando ci si accinge a completare un progetto per la realizzazione di una palestra con gli arredi e i complementi a essa necessari, i committenti stessi dovrebbero porre particolare attenzione ad alcuni aspetti di rilievo. Approcciare in modo strategico la progettazione degli ambienti sportivi, con una visione del presente pragmatica e concreta, ma con lo sguardo sempre lanciato alle possibili evoluzioni future, consentirà al titolare di una palestra di perseguire e raggiungere importanti obiettivi in termini di performance tecniche ed estetiche, economicità, sicurezza e manutenzione.

Soluzioni modulari di oggi per il domani

Poniamo quale obiettivo del titolare dell'impianto sportivo un costante e graduale incremento del numero di iscritti e prendiamo come



esempio l'ambiente spogliatoio delle palestre. Se da un lato, tale aumento corrisponderà a un maggiore flusso di cassa, dall'altro potrà rivelarsi fonte di diversi costi supplementari: spazi da riprogettare, più ambienti da pulire e manutenere, arredi da sostituire, smaltire e riacquistare. Quindi molti sprechi: di tempo, di denaro e di risorse. In funzione di un più intenso afflusso di utenti si renderà necessario, infatti, aumentare il numero di armadietti, panche, lavabi, appendiabiti, cubicles per wc e doccia. L'approccio strategico di cui sopra dovrebbe condurre il moderno titolare di una palestra a optare per arredi di tipo modulare e soluzioni tecnologicamente avanzate sin dall'inizio della sua

attività imprenditoriale, poiché questa è la strada ottimale per affrontare al meglio le sfide future.

Molteplici usi

Gli spogliatoi delle palestre devono accogliere un'utenza variegata, di ogni genere ed età. Sono ambienti in cui le persone entrano e si aspettano di trovare una serie di caratteristiche ben precise: funzionalità, sicurezza, comodità, benessere, igiene, pulizia, piacevolezza estetica. I moderni sistemi di arredo modulare per spogliatoi consentono di mantenere inalterati gli standard di queste peculiarità, indipendentemente dalle trasformazioni nel tempo che la struttura sportiva potrebbe dover subire. All'aumentare del flusso di utenti della palestra, lo spazio degli spogliatoi dovrà pertanto garantire le medesime condizioni di comfort e attenzione alle esigenze della clientela: gli arredi modulari si adattano ai cambiamenti della



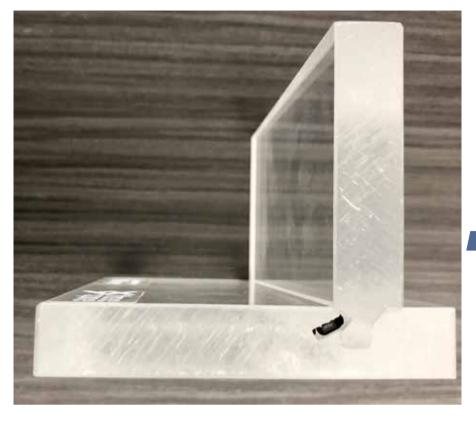


Puoi trovare i nostri prodotti nei negozi specializzati, nelle insegne della grande distribuzione e nei negozi online

Per scoprire il punto vendita a te più vicino scrivi a vendite@trevi.it oppure chiama il numero 0541.756420



ARREDAMENTO



palestra di oggi e di domani, permettendo ai titolari degli impianti di evolvere in modo performante, secondo una logica manageriale all'insegna dell'economicità, che nulla toglie alla qualità e all'efficienza, della durata nel tempo che non scende a compromessi con la gradevolezza estetica, e infine della lotta agli sprechi sia in termini di tempo sia di denaro.

Sistemi d'arredo ad alta tecnologia

L'attuale mercato delle industrie produttrici di sistemi d'arredo per palestre e impianti sportivi offre alla committenza soluzioni all'avanguardia in grado di rispondere sia ad esigenze di tipo funzionale sia a richieste di resa estetica dell'ambientazione. Vi sono, per esempio, armadietti, panche, lavabi e cubicles dal design accattivante, personalizzabile e iperinnovativo che adottano tecnologie smart, super funzionali e molto economiche (es. Threespine® by Välinge).

Se sono economiche, allora potremmo pensare che sono poco sicure o che dureranno poco nel tempo? Assolutamente no, perché il concetto di "economicità" deriva dalla logica "meno è meglio", che nell'ambito della produzione di arredi per lo sport è possibile ricavare dalle seguenti peculiarità tecniche:

- totale assenza di minuteria metallica e viteria:
- riduzione dei tempi di assemblaggio;
- riduzione dei tempi e dei costi di montaggio;
- ridotti i tempi e i costi di consegna;
- ridotti i costi di manutenzione.

Il titolare di una palestra che accolga sin dall'inizio l'idea di installare soluzioni d'arredo modulari con tecnologie smart, potrà beneficiare di molteplici vantaggi durante la propria attività: ridurrà i costi di manutenzione, perché non ci sono viti e componenti da cambiare; abbatterà i costi di igienizzazione, perché i materiali moderni sono facili da pulire e trattati con finiture antibatteriche; limiterà i costi di riparazione, perché sono tecnologie semplici, dal rapido smontaggio e dal semplice riassemblaggio senza ausilio di attrezzature particolari. Potrà, inoltre, adattare

gli ambienti della palestra agli sviluppi dell'attività nel tempo, senza dover chiudere la struttura durante i lavori o senza arrecare disagi alla clientela, entrambi fattori di primaria importanza per una realtà imprenditoriale che vive dell'afflusso degli utenti; ma, soprattutto potrà evolvere, crescere e migliorare senza rinunciare a comfort, sicurezza, design, funzionalità e, naturalmente, guadagni.

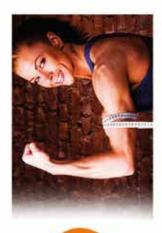
Arredi intelligenti

Ottimizzare gli spazi disponibili con soluzioni modulari di armadietti, panche e lavabi consentirà di realizzare ambienti flessibili e versatili a seconda delle esigenze evolutive che la palestra avrà nel corso della sua attività. Una tecnologia di apertura e chiusura porte che riduce gli ingombri dal 36 al 66 percento rispetto allo spazio disponibile (Alaglide®), per esempio, aiuta il progettista di una palestra a ricavare spazi per spogliatoi e cabine supplementari senza alcuna opera edile aggiuntiva, bensì con una semplice sostituzione delle classiche porte a battente. I classici spogliatoi italiani, infatti, utilizzano ancora i tipici battenti esterni (interni all'estero): entrambi occupano molto spazio, presentano elevati rischi di urti accidentali e sono di impedimento nei casi di emergenza e soccorso. Per rispondere in modo concreto a tutte queste problematiche, il titolare di una palestra dovrebbe semplicemente scegliere porte all'avanguardia basate su sistemi rototraslanti e di scorrimento.

La palestra di oggi deve guardare al futuro applicando un approccio manageriale la cui applicazione ha inizio già nella fase progettuale mediante la scelta di sistemi di arredo modulari, tecnologie di assemblaggio innovative, soluzioni all'avanguardia che consentano di ottimizzare gli spazi.

Giorgia **Donini**

Responsabile Marketing GES Group S.r.l. www.gesgroup.it









È solo ed esclusivamente

www.powerfit.it

Offerta valida fino al 31 dicembre su una selezione di prodotti, entro il limite della disponibilità di magazzino. Offerta non cumulabile con le altre promozioni e offerte in corso. I prezzi si intendono al netto di iva e non comprendono consegna e installazione.

10090 Gassino Torinese Tel: 335349767 - 3518066223 Email: info@powerfit.it

allenamento gruppi 10-12 persone

(compreso flyer 92+92 kg)

a cura di Mario Fontana, in collaborazione con: Pierluigi De Pascalis, Roberto Panizza, Fabio Swich e Katia Vaccari

UNA PALESTRA SENZA BARRIERE

(NEL VERO SENSO DEL TERMINE)

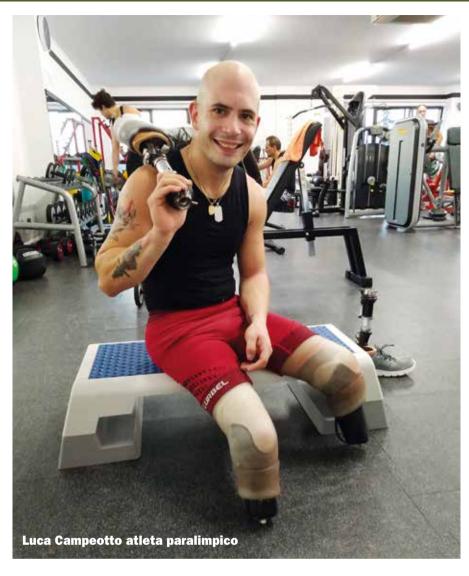


MOLTE STRUTTURE SPORTIVE SONO ASSOLUTAMENTE INADATTE ALL'ACCESSO DI UNA PERSONA CON DIFFICOLTÀ MOTORIE, MA LA BARRIERA PIÙ INSORMONTABILE È, SPESSO, QUELLA DEI "NO" CHE VENGONO PRESENTATI AL DISABILE CHE VOGLIA PRATICARE UN'ATTIVITÀ SPORTIVA. MA CAMBIARE SI PUÒ

er tutti noi è un'immagine ormai scontata: il cliente supera i tornelli ed entra. saluta il PT, si avvicina a una macchina per gli allenamenti standard, si siede, dà un'occhiata agli adesivi con i disegni che riportano le spiegazioni e inizia. Ora immaginate che lo stesso cliente abbia una disabilità, lo scenario cambia completamente, eseguire anche il più semplice esercizio non è più così facile, nulla è a portata di mano, ma soprattutto: è riuscito a entrare nella nostra palestra? Spesso e volentieri **per le** persone con disabilità, la palestra è percepita come uno spazio inaccessibile per l'esercizio fisico a causa degli ostacoli che incontra sul suo cammino. E poi, diciamocelo, esiste ancora una mentalità secondo la quale le persone con mobilità ridotta sono considerate "malate" e non dovrebbero esercitarsi. È come qualsiasi gruppo di minoranza vale il motto: lontano dagli occhi, lontano dal cuore. E così queste persone, che vorrebbero frequentare le nostre palestre, non possono accedervi perché poco ben accetti, si sentono escluse e non solo loro, ma anche i loro amici, le famiglie e gli accompagnatori.

Tutto in regola

Alzi la mano chi si sente a posto con la coscienza (e con la Legge) perché ha i bagni a norma e l'accessibilità garantita da quella piccola rampa appoggiata sopra i gradini dell'ingresso. Tutto a posto? Sicuri? Cominciamo dalle porte: belle, scintillanti e... pesanti. Le maniglie poi son sempre troppo alte per chi è costretto su una carrozzina, per non parlare dei tornelli, vere e proprie forche caudine per chi non si può muovere agevolmente. Chi deve sopportare una disabilità è obbligato ad affrontare i tanti ostacoli presenti nella maggior parte delle palestre disseminate nel nostro Paese. Proviamo a pensarci: è già abbastanza difficile vivere con qualsiasi tipo di disabilità, e poi: alzarsi, vestirsi, andare al lavoro. Perché dobbiamo rendere le attività ricreative e il fitness più complicato?



È vero, però, che non esiste un'anagrafe precisa delle persone con disabilità. Le stime sulla prevalenza nella popolazione della disabilità segnalano che questa condizione interessa circa 4 milioni e 360mila persone, delle quali 2 milioni e 600mila ha una età superiore a 65 anni e vive nelle regioni del Mezzogiorno (fonte ISTAT). Leggendo questi freddi dati possiamo intuire la gravità di quello che ci circonda e, spesso, non riusciamo a vedere.

Soci a pieno titolo

Sulle pagine de LA PALESTRA trattiamo argomenti che aiutano a migliorare i vostri club, incrementare la clientela e ottimizzare le risorse interne ed esterne. Anche questo dossier va in quella direzione, in fondo se guardiamo i centri fitness con

occhi diversi possiamo adeguarli con relativo sforzo a questa nuova tipologia di frequentatori. Stiamo parlando di fitness e non riabilitazione. In fondo si tratta di realizzare una palestra fatta a misura di disabile, ma aperta a tutti. Ma di che cosa hanno bisogno? Per prima cosa di assistenza qualificata: laureati in scienze motorie che sappiano predisporre programmi di allenamento e sappiano relazionarsi con loro. L'accessibilità deve essere garantita e pensata per questa nuova tipologia di utenti che, non dobbiamo dimenticare, sono clienti come gli altri. Certo, dei costi ci sono, ma ci sono aziende private e organizzazioni no profit pensate proprio per questa finalità che possono dare una mano, e poi non si deve dimenticare che fidelizzare dei nuovi soci di questi tempi... non ha prezzo.

A proposito di organizzazioni no profit, noi de *LA PALESTRA* stiamo organizzandoci per aprire

a breve una ONLUS
(www.fitnessitalialife.it)
che si dedicherà interamente a
questa tematica: come vedete non
scriviamo solo belle parole ma
facciamo anche i fatti.

Però dall'altra parte...

A volte, però, la mancata frequentazione di una palestra da parte di una persona disabile è giustificata dalla falsa convinzione che i centri fitness allenino solo i soci giovani, muscolosi e super in forma, non loro. Sono intimiditi dall'ambiente e dalle attrezzature. Si sentono fuori posto.

Credono che ogni esercizio debba essere faticoso o scomodo per essere efficace. Hanno paura di ferirsi o aggravare la loro condizione. Infine sono preoccupati che sarà tutto troppo costoso. Ecco perché per i club e il personale che li gestiscono, è importante creare un ambiente che accolga e sostenga le persone a prescindere dalle loro abilità.

Un po' di marketing

Per concludere vorremmo spendere qualche parola sulla convenienza di queste scelte. Qualcuno di voi potrebbe domandarsi se questa sia un'opportunità commerciale abbastanza interessante, tale da giustificare le modifiche che potrebbero essere richieste. La risposta è sì. Negli ultimi tempi si stanno moltiplicando i centri che hanno scoperto che iscrivendo nuovi soci "di tutte le abilità", hanno aperto le porte alla possibilità di espandere la base degli iscritti. Basta comunicare all'esterno usando un linguaggio e immagini, nel vostro materiale pubblicitario, che comunichi un messaggio inclusivo. Cercare collaborazioni con organizzazioni che trattano la materia per promuovere i programmi e servizi. Offrire opportunità a questi "atleti speciali" nel visitare e sperimentare le attrezzature, e fare delle lezioni di prova gratuitamente. In fondo quando una persona si sente benvenuta in ciò che la circonda

QUATTRO DOMANDE A UN CAMPIONE DI CORAGGIO

Signor Campeotto ci può brevemente raccontare di lei, e a che età si è ritrovato sulla sedia a rotelle e, per finire, che cosa l'ha portata a impegnarsi ad alto livello nel suo sport?

«Mi chiamo Luca Campeotto e sono nato in un piccolo paese vicino a Udine, la mia storia iniziò con un incidente agricolo a soli 5\6 anni, perdendo le gambe sotto il ginocchio. In seguito alle varie operazioni, a Brescia, ho iniziato la riabilitazione presso la Nostra Famiglia di San Vito, dove frequentavo corsi di nuoto, l'istruttore aveva subito notato la mia predisposizione allo sport, ma per motivi scolastici e logistici i miei genitori decisero di farmi proseguire con gli studi. Dopo le superiori ho intrapreso la carriera lavorativa, tramite la quale ho conosciuto l'ortopedia Tirelli, dove il CT Alessandro Kuris (anche lui usa le protesi) ha notato la mia propensione alla carriera agonistica. E con il raduno pre-olimpiadi di Londra 2012 a Spilimbergo è iniziato il mio percorso da atleta».

Chi l'ha supportata di più nella vita e nella palestra.

«Ciò che mi ha portato a impegnarmi nello sport è stata la mia determinazione nel superare i miei limiti fisici e mentali, essendo partito da una condizione del tutto svantaggiosa, pesavo 95 kg e non riuscivo a fare niente sia in palestra sia in pista. Pian piano, superando i diversi ostacoli che mi si ponevano davanti, sono arrivato ad avere la consapevolezza che tutti noi possiamo farcela in qualsiasi situazione nella vita e nello sport, e per questo motivo voglio diventare un faro di speranza per tutti.

Ma colei che mi sprona tutt'ora ad affrontare tutte le sfide della vita è mia moglie Agnese, mi ha conosciuto quando ero proprio all'inizio della mia carriera sportiva, pian piano tra dieta, allenamenti in palestra e in pista mi ha portato ad arrivare fino ad oggi (campionati mondiali paralimpici di Dubai).

Ma non meno importante è il



sostegno dei miei genitori e degli amici stretti».

Quali difficoltà incontra nell'allenamento indoor con le macchine presenti nella palestra. Secondo lei sono pensate per adattarsi anche per chi ha delle disabilità?

«La prima difficoltà che ho incontrato in palestra è stata quella di adattare gli esercizi a corpo libero alla mia disabilità, per esempio lo stacco da terra, ma assieme a un personal trainer con una mentalità aperta nel cercare una strategia adeguata tutto può risultare più semplice. Secondo il mio giudizio, le varie macchine che si trovano in tutte le palestre si adattano perfettamente alle varie disabilità, l'importante è saperle usare con testa e con parsimonia, sempre affiancato da un personal trainer che abbia conoscenza di esse».

Essendo un atleta che ha appena ricevuto la chiamata olimpica, è affiancato da istruttori specifici, oppure tutto è basato sulla sua volontà e costanza?

«Essendo un atleta "olimpico" sono affiancato in pista a Paderno da mia moglie Agnese e sostenuto dall'Atletica Malignani, per quanto riguarda il mondo para-olimpico dall'A.S.D. Pegasus di Asti. Mentre per il potenziamento in palestra sono aiutato dai personal trainer della Sport Uno di Codroipo, gestita da Grazia Zanin e Mara Vania Leonarduzzi».

e si sente in forma, questo posto diventa speciale. Mettendo all'ingresso della vostra palestra il tappeto di benvenuto per le persone di tutte le abilità, vi distinguerete come uno di quei posti speciali.

TANTE ESPERIENZE ...UN SOLO SOGNO

Pierluigi De Pascalis

Ecco chi è abilitato a lavorare con loro

Il ruolo della formazione universitaria è un tassello importante ogni volta che si parla di attività fisica, diviene determinante se si affronta l'attività motoria finalizzata ai disabili.

Il corso di laurea in Scienze

Motorie prevede sia nel percorso triennale sia nel successivo biennio magistrale lo studio delle attività fisiche propriamente definite "adattate", macrocategoria che include tutte le popolazioni speciali comprese quelle affette da varie forme di disabilità. Fanno parte del piano didattico insegnamenti indirizzati allo studio delle caratteristiche proprie del disabile motorio, all'analisi delle capacità funzionali residue e alla misurazione del grado di disabilità, sino agli interventi per stabilizzare il soggetto evitando fisiologiche regressioni, tanto sotto il profilo prettamente motorio, che per effetto di ripercussioni sociali ed emotive, e ovviamente la possibilità di programmi di allenamento che si spingano oltre e aprano la strada verso l'atletismo.

L'importanza di questo tipo di studio nell'ambito universitario

lo si percepisce considerando che già la prima riforma universitaria che determinò il passaggio dall'ISEF alla laurea quadriennale a ciclo unico in Scienze Motorie, prevedeva 3 possibili aree di specializzazione tra cui quello in attività preventive e adattate.

Oggigiorno pressoché ogni ateneo, incluse le università telematiche, ha attivato il corso di laurea magistrale in Scienze Motorie Preventive e Adattate, biennio cui è possibile accedere previa acquisizione della laurea triennale anche in discipline

LE AZIENDE RISPONDONO: TECNOBODY



Abbiamo posto tre domande ai produttori di attrezzi e macchinari per la palestre, per capire come si sta muovendo questo settore nei confronti dei disabili. Ecco che cosa ci hanno risposto: la prima è Tecnobody.

Le vostre attrezzature standard sono impiegabili anche da disabili?

«Nell'ambito dei centri fitness e dei club il tema dell'inclusività e dell'accessibilità alle attrezzature acquisisce un ruolo chiave nella concezione dei centri stessi. Va da sé che per i proprietari e gestori di palestre è fondamentale adeguarsi alla clientela diversamente abile, sia per necessità normative sia per cogliere opportunità importanti. Forte dell'esperienza nell'ambito medicale e nello sviluppo di sistemi per la riabilitazione fisica e la riatletizzazione, TecnoBody interpreta da sempre queste esigenze e le include quali fattori chiave nel processo di progettazione dei suoi sistemi dedicati al movimento».

Sono state progettate per questo scopo o sono adattamenti di modelli esistenti?

«Le nostre rampe permettono l'accessibilità ai treadmill della linea Walker View e Smart Gravity, sistemi che possono anche essere accessoriati con elementi di seduta, imbragature e facilities sia per il cliente sia per l'operatore. Altri sistemi, come lo specchio digitale D-WALL, permette un agevole accesso alla piattaforma di forza, nonché l'area di lavoro per chi si allena su di esso, grazie alla ridotta altezza affrontabile senza problemi in sedia a rotelle».

Che difficoltà avete nel proporre questo tipo di attrezzature per disabili alle palestre italiane?

«Poche, perché nei 25 anni di storia aziendale, TecnoBody ha continuato a proporsi sul mercato con un'offerta che viene apprezzata dai clienti che desiderano dar vita a palestre inclusive, dove la visione olistica del movimento di cui la nostra azienda si fa portatrice, non solo abbraccia la proposta di sistemi e allenamenti, ma include ogni fascia di età ed eventuali disabilità».

www.tecnobody.it

afferenti all'ambito sanitario. Non mancano però corsi di laurea magistrale ulteriormente specifici e di più recente attivazione, come quello presente presso l'Università degli studi di Salerno che propone il corso in "Scienze della Valutazione motorio-sportiva e Tecniche di Analisi e Progettazione dello Sport per Disabili", 2 anni di studio con tutti gli insegnamenti utili a un professionista che sappia relazionarsi a 360° alle specifiche esigenze del portatore di handicap.

Fabio Swich

Fitness e disabilità: fra il dire e il fare...

Fare ginnastica fa bene a tutti, anche a coloro che presentano problematiche di salute. Fa bene ai cardiopatici, a coloro che soffrono di problemi osteo-articolari, fa bene agli ipertesi: insomma il movimento fa bene a tutti anche ai disabili.

Il disabile però ha oggettivamente delle difficoltà di accesso e difficoltà di utilizzo delle macchine cardio e isotoniche normalmente conosciute.

Direi che per disabile possiamo prendere principalmente colui che presenta difficoltà serie a camminare, fino all'estremo con sedia a rotelle, e colui che ha problemi nell'usare le braccia. Come è vero che principalmente i centri fitness si rivolgono a gente che non ha questi problemi, è vero anche che non esiste un divieto a frequentare per queste persone affette da disabilità.

La dimostrazione sta nel fatto che nei centri fitness è d'obbligo avere il bagno con accesso facilitato. Viene dunque naturale pensare che per accedere a un centro wellness

PALESTRA PER TUTTI

gidio Marchese, il promotore di una società sportiva molto particolare ad Aosta, ci ha raccontato l'origine del suo progetto e i futuri sviluppi

Com'è nata l'idea di aprire la palestra ai disabili?

«Siamo una società sportiva di persone con disabilità, nata perché alcuni di noi avevano abbandonato l'idea di andare in palestra trovandosi sempre alle prese con le solite difficoltà create dalle barriere architettoniche. Finché una Cooperativa sociale di Aosta, la "Bourgeon De Vie" nella persona del presidente Carlo Marchesini, ci ha messo a disposizione uno spazio con degli attrezzi da usare gratuitamente. In quell'occasione ho conosciuto Giorgio Bus, da lì è partito il tutto, abbiamo fatto una ricerca accurata per cercare degli attrezzi da utilizzare da persone con sedie a rotelle senza fare ogni volta il trasferimento. siamo arrivati Technogym che realizza attrezzi speciali per persone con disabilità. Trovati gli attrezzi, serviva una sede priva di barriere architettoniche, il Palaindoor rispetta tutti i parametri di accessibilità e quindi siamo riusciti ad avere la sede attuale, presentato il progetto al Direttore INAIL di Aosta e grazie alla loro collaborazione siamo partiti».

Quali vantaggi offre l'attività fisica ai ragazzi che vengono da voi?

«Credo molteplici come a ogni persona, soprattutto per noi che facciamo sempre i soliti movimenti nella spinta della sedia a rotelle e utilizzando una parte muscolare degli arti superiori, con gli istruttori si valuta la situazione della persona e si fa un lavoro personalizzato, attivo o passivo».



Spesso si pensa che per i disabili sia più complicato avvicinarsi al mondo del fitness: è davvero così?

«Nel nostro Paese culturalmente non siamo preparati, c'è il solito problema dell'assistenzialismo dove si pensa che il disabile abbia bisogno sempre di aiuto. Questo preconcetto, ormai, è stato sfatato, la persona con disabilità ha il diritto di decidere che cosa fare nella vita e se si mette in condizioni mentali favorevoli nulla è complicato, e noi dimostriamo praticamente che è così anche per il fitness».

Dev'essere stata una bella soddisfazione, riuscire a realizzare il progetto della palestra.

«Effettivamente sì, visto i risultati dei frequentatori, poi soprattutto per il progetto voluto da persone con disabilità aperto a tutti, abbiamo realizzato "L'integrazione al Contrario" (progetto disabili aperto a normodotati)»

Quante sono le persone che seguite?

«Le persone con disabilità che frequentano la palestra sono circa 180 con disabilità certificata, in totale sono circa mille persone l'anno che gravitano nel nostro centro».

I prossimi progetti della palestra? Qual è il vostro obiettivo?

«Abbiamo un progetto in corso molto ambizioso, abbiamo fatto richiesta alla Regione Autonoma Valle d'Aosta per una struttura da adibire a "Palestra per Tutti", ci è stato assegnato un edificio storico in Piazza Della Repubblica ad Aosta, la "Salle de Gymnastique". Questo edificio è stato sempre utilizzato come palestra, il periodo di locazione è di 25 anni in comodato d'uso gratuito, a noi l'onere e l'impegno di trovare i fondi per la sistemazione dell'edificio e renderlo completamente accessibile a tutti, e magari con qualche eccellenza all'interno».

www.disval.it

LE AZIENDE RISPONDONO: TECHNOGYM

Technogym ha risposto alle nostre domande riguardo alla produzione e diffusione delle loro attrezzature così:

Le vostre attrezzature standard sono impiegabili anche da disabili?

«L'offerta Technogym prevede sia soluzioni pensate e create ad hoc, come ad esempio il TOP EXCITE che prevede l'accesso con la sedia a rotelle, sia prodotti standard che grazie alla loro ergonomicità e massima funzionalità posso essere accessibili e utilizzabili anche da persone con mobilità temporaneamente o permanentemente ridotta.

L'adeguatezza dei singoli prodotti a utenti disabili va valutata in base al tipo di disabilità: motoria, visiva, funzionale».

Sono state progettate per questo scopo o sono adattamenti di modelli esistenti?

«Tutti i prodotti Technogym sono concepiti per offrire massimo comfort agli utenti, sia normodotati, che a maggior ragione disabili. Le regolazioni sono sempre facili da raggiungere dalla posizione di esercizio e facilmente visibili grazie all'utilizzo del colore giallo, la posizione di esercizio è sempre studiata per essere raggiunta senza scavalchi o intralci. Nello specifico poi sono previste soluzioni progettate specificamente per l'utilizzo da parte di disabili come i prodotti Excite Med. La linea Excite Med, rappresenta la soluzione professionale sviluppata da Technogym per l'esercizio cardiovascolare in campo medicale e riabilitativo. La linea, composta da 8 prodotti dotati di certificazione medica a norma 93/42/CEE, adatta anche agli utenti diversamente abili, rendendola la soluzione ideale per club, ospedali, case di cura, centri di medicina sportiva e riabilitazione grazie alle sue soluzioni tecniche dedicate, come la pedana posteriore per l'accesso facilitato o il kit aggiuntivo per estendere il corrimano, mantenere la posizione eretta e



aiutare l'equilibrio nel caso del tapis-roulant, o ancora, i pedali regolabili nel caso della bike, o la numerazione tattile e le icone sollevate sulla console dei prodotti, per facilitarne l'utilizzo anche in caso di disabilità visiva».

Che difficoltà avete nel proporre questo tipo di attrezzature per disabili alle palestre italiane?

«Non parlerei di difficoltà, ma piuttosto di un mercato ancora embrionale e in fase di sviluppo. Sono ancora pochi, infatti, i centri in grado di offrire programmi specifici rivolti ai disabili. A partire dal mondo della riabilitazione però questo trend si sta sviluppando e rappresenterà sicuramente un grande mercato potenziale per i centri fitness nei prossimi anni».

www.technogym.com/it

per un disabile costretto a stare su una sedia a rotelle ci possa essere l'accesso facilitato (nessuna barriera architettonica e ascensore) e che all'interno le barriere siano state eliminate con l'inserimento di scivoli per superare scalini, spazi previsti per eventuale doccia, sistema per entrare in acqua in caso di piscina.

La sala di allenamento poi dovrebbe prevedere un percorso per muoversi tra gli attrezzi, l'utilizzo di macchine isotoniche all'altezza del disabile con un accesso facilitato (in pratica prevedere l'ingombro della sedia). Tutto ciò è quasi inesistente, spesso per accedere ai centri fitness ci sono scale senza però scivoli, montascale o ascensore, spesso gli spogliatoi sono stretti e quindi



impossibili da utilizzare per chi è su una sedia a rotelle, sono presenti gradini ovunque, nelle piscine quasi mai esiste il sistema elettrico che aiuta ad entrare in acqua (costa parecchio) e non ho mai visto macchine isotoniche facili da usare per un portatore di handicap. Basti pensare che la lat-machine ha la barra in alto impossibile da prendere, oppure la panca per sedersi non asportabile rendendo impossibile l'avvicinamento della sedia. Aggiungiamo anche che in sala attrezzi le macchine sono posizionate molto vicine una all'altra tanto che un disabile in carrozzina non riuscirebbe a muoversi tra gli attrezzi. Per concludere come abbiamo detto, o un disabile frequenta palestre di riabilitazione specifiche o difficilmente può frequentare un centro così detto normale. È arrivato il momento di cambiare.

Katia Vaccari

Per me è una cliente come un'altra...

Spesso, troppo spesso, noi titolari di palestre o centri di Personal Training, ci dimentichiamo di una parte importante della nostra società, del nostro mondo e anche di conseguenza della nostra possibile clientela. Mi riferisco alle persone disabili, e per questo voglio portarvi un esempio e un caso reale di una mia cliente.

Vi voglio parlare di Giulia. Lei è arrivata nella mia struttura di Personal Training circa due anni fa, tramite un'amica che frequentava già il mio studio. Giulia ha una "neuropatia congenita" dalla nascita, che le blocca il rinforzo e lo sviluppo della muscolatura delle gambe e in particolar modo del quadricipite. Giulia aveva già subito diverse operazioni e sentito un sacco di pareri di medici e fisioterapisti. Quando è arrivata nel mio centro

camminava solo grazie all'ausilio di due bastoni che riuscivano a sostenerla e le impedivano di cadere. Abbiamo iniziato a fare un'azione mirata di rinforzo con esercizi graduali e impostati appositamente per lei e la sua problematica.

A distanza di un anno Giulia ha letteralmente buttato quegli ausili che le servivano per camminare e non solo. Oggi Giulia è al suo ottavo mese di gravidanza e medici e ortopedici rimangono ancora senza parole quando la vedono, perché le avevano già previsto per tutta la sua durata, una gravidanza allettata.

Niente falsi moralismi

Ho voluto raccontare questa storia, e condividerla con voi proprietari di strutture e palestre, perché al di là della mia infinita soddisfazione personale nel vedere Giulia camminare da sola (anche col pancione), è anche la conferma che noi titolari di palestra, se ci

TENNIS BATTE CARROZZINA 6-0

Abbiamo fatto alcune domande sulla disabilità fisica in rapporto alle palestre commerciali ad Antonio Cippo uno dei migliori atleti italiani di tennis in carrozzina.

Ciao Antonio, innanzitutto grazie per la tua disponibilità a parlare di questo argomento e iniziamo subito col dire, chi meglio di te può aiutarci a capire se ha senso anche per una palestra commerciale lavorare con persone diversamente abili.

«Sì e credo che ogni palestra commerciale, laddove non ci siano barriere architettoniche troppo grandi per essere abbattute, dovrebbe "aprire" le porte a persone con disabilità, in quanto, dato il numero elevato di palestre presenti su tutto il territorio nazionale, potrebbero far avvicinare alla pratica sportiva un gran numero di persone che solitamente trovano difficoltà ad approcciare a discipline specifiche, visti i costi elevati di ausili e attrezzature varie».

Stiamo assistendo a un forte interesse verso le attività sportive paralimpiche



e l'educazione fisica adattata (Apa), tutte cose che possono passare da una palestra commerciale. Che cosa dovrebbe fare un gestore di palestra per intercettare questo cliente?

«Innanzitutto bisognerebbe che il gestore della palestra abbia competenze adeguate, ma soprattutto la voglia di mettersi in gioco in quanto, dato le innumerevoli disabilità motorie esistenti, bisogna comunque "adattare" al meglio ogni esercizio proposto alla persona che ci si trova di fronte, facendo attenzione, qualora si presentasse un cliente in carrozzina, in una

situazione che potrebbe evidenziare instabilità d'equilibrio della persona e dell'attrezzo, e quindi bisogna individuarle quanto prima per evitare possibili cadute».

Com'è stata la tua esperienza personale all'interno di una palestra commerciale?

«La mia esperienza in palestra è stata meravigliosa, ho avuto la fortuna di trovare nel mio Paese, a pochi metri dalla mia abitazione, una <u>nuova palestra</u> la "Fit Avenue" di Sulmona, con rampa d'accesso, spogliatoi e bagno accessibile per disabili, un ambiente molto ampio e maniacalmente pulito e ordinato in cui ho potuto muovermi liberamente, senza troppi ostacoli, ma soprattutto di avere un istruttore, Giuseppe Pizzi, che si è reso completamente disponibile a "sperimentare" con me tutti gli esercizi che avrei potuto fare, utili per migliorare, dal punto di vista fisico e atletico, le mie prestazioni sul campo da tennis, e nel giro di poco tempo mi ha proposte delle schede d'allenamento specifiche per i periodi di carico o pre e post-gara».

REALVT

VERY TRAINED PEOPLE 01:24 FUNZIONALE DISCO

ENTRA NEL FUTURO CON REALVT!

- ✓ Mai più sale vuote
- ✓ Mai più sale vuote
- ✓ Corsi a tutte le ore
- ✓ Anche on demand
- Senza numero minimo di partecipanti

Chiama subito lo 051 50 65 983 o scrivi a commerciale@realvt.it per parlare subito con un nostro consulente.

LE AZIENDE RISPONDONO: MEDICAL GRAPHICS ITALIA

La Medical Graphics Italia ha risposto alle nostre Ladomande riguardo alla produzione e diffusione delle loro attrezzature così:

Le vostre attrezzature standard sono impiegabili anche da disabili?

«Sì certo, in particolare il fitLight Trainer™ è particolarmente utile per soggetti con capacità motorie limitate e può essere utilizzato anche stando seduti su sedia a rotelle. L'altezza operativa di ciascun obiettivo, infatti, è immediatamente regolabile per l'utente. Lo stesso grado di allenamento riservato agli atleti è ora disponibile per atleti disabili o con esigenze speciali».

Sono state progettate per questo scopo o sono adattamenti di modelli esistenti?

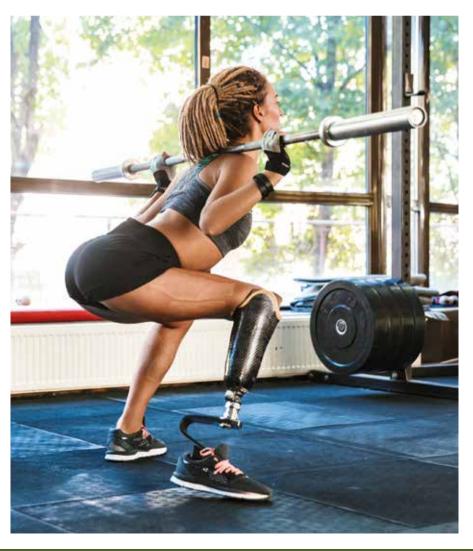
«Sono stati realizzati per tutti gli sport sia per soggetti sani, sia per soggetti diversamente abili. Non richiedono nessuna modifica del modulo originale. Non richiedono nessuna opera muraria del luogo».



Che difficoltà avete nel proporre questo tipo di attrezzature per disabili alle palestre italiane?

«Abbiamo riscontrato poco interesse a investire in questo settore da parte di privati o enti addetti. Ed è un peccato perché ha delle enormi potenzialità di incremento, in termini di aumento dei soci nei centri sportivi e fitness, agevolando la frequenza a chi ha delle disabilità».

www.fitlightitalia.it



rivolgiamo a un pubblico e una clientela che spesso nemmeno consideriamo, può essere una mossa vincente sotto diversi aspetti. Giulia, infatti, deve per forza essere seguita da un personal trainer. Certo non può partecipare ai corsi di gruppo, o arrangiarsi con gli esercizi, ha bisogno di un occhio attento che la guidi e la indirizzi, e questo per il titolare di palestra sarà sicuramente un vantaggio in termini di introiti e tipologia di pacchetto di lezioni acquistate. Non solo. Giulia essendo soddisfatta del nostro percorso ha portato la sua testimonianza in famiglia e da circa un anno anche suo fratello, che soffre della stessa patologia, è diventato un mio fedelissimo cliente. Ma non è finita qui. La storia di Giulia, che ho raccontato sul mio Blog, mi ha portato altre due clienti che altrimenti molto probabilmente si sarebbero rassegnate alla loro condizione. Inoltre, cosa da non sottovalutare, avere un disabile in struttura può essere visto solo con occhi di ammirazione dal resto della clientela, sia verso la cliente.

sia nei confronti della struttura che si dimostra più sensibile a certe

problematiche.



fitness.inbodyitalia.it

info@inbodyitalia.it

InBody è importato e distribuito in Italia da Caresmed S.r.l. - Milano Tel. 02.40741546





Roberto Panizza

Palestre all'estero che cosa succede? Disabilità made in USA

Il caso vuole che, quando la redazione della rivista La Palestra. mi ha chiesto di raccontare alcune esperienze fatte negli Stati Uniti sulle problematiche della disabilità fisica, mi trovavo a una fiera del turismo e precisamente poco prima di entrare nello stand degli Usa, ma preso da mille cose invece di approfondire l'argomento con i colleghi americani ho pensato tra me e me "poi ci penso". Avevo rimosso la richiesta fino a quando, nell'atto di entrare nello spazio espositivo, al posto del gradino ho trovato - cosa più unica che rara - una rampa di accesso per disabili, alzo gli occhi e vedo la bandiera a stelle e strisce e di botto mi vengono in mente alcuni aneddoti sul tema. Da lì a pochi giorni sarei andato in trasferta

a Miami e mi sono posto come priorità quella di analizzare il legame che questa fantastica città ha con i disabili fisici e l'attività fitness. Arrivato a Miami, la prima tappa, quella che per nessun motivo perdo mai è l'allenamento a South Beach nella palestra attrezzata a cielo aperto all'interno del Lummus Park, fronte Oceano Atlantico, per intenderci. A prima vista non ho notato nulla di particolare, se non i soliti noti servizi igienici per disabili, i sentieri pavimentati percorribili fino alla battigia dalle sedie a rotelle. molte sedie a rotelle con ruote da spiaggia a disposizione, tutte cose che "da noi" sono o dovrebbero ormai essere la normalità, e nonostante tutte queste agevolazioni francamente ero convinto che non avrei incontrato un solo disabile fisico durante il mio allenamento sulla spiaggia fino a quando, appunto, non è arrivato un gruppo di disabili in carrozzina

e allora ho capito. A Miami essere disabile, diversamente abile, abile non fa la differenza almeno nel fitness. Infatti, come se nulla fosse in pochi secondi eravamo ad allenarci con gli stessi manubri e probabilmente per il fatto che eravamo tutti con i piedi nella sabbia abbiamo condiviso fino in fondo l'allenamento e il bagno finale nell'oceano. Nulla di particolare, probabilmente sarebbe successa la stessa cosa sulla spiaggia di Rimini, ma devo dire che ho provato in quella occasione la sensazione che la comunità chiamiamola del "Beach fitness" di Miami considerasse la disabilità non tanto come una diversa abilità motoria ma semplicemente come se non esistesse. Naturalmente come una rondine non fa primavera così un Miami non dice come stanno le cose negli Stati Uniti ma può aiutare a capire la tendenza.

LE AZIENDE RISPONDONO: BIOENERGYM

Sara Viola vice presidente di Bioenergym ha risposto alle nostre domande riguardo alla produzione e diffusione delle loro attrezzature così:

Le vostre attrezzature standard sono impiegabili anche da disabili?

«Sì, gli strumenti che utilizziamo per la pratica della Bioenergym, possono essere tranquillamente utilizzati dalle persone diversamente abili».

Sono state progettate per questo scopo o sono adattamenti di modelli esistenti?

«Sono fit ball, soft ball, ring, roller, elastici a banda larga e a caviglia, asta di legno standard, che si trovano tranquillamente in commercio e che noi facciamo utilizzare in modo appropriato a tutti, in base alle personali disabilità del fruitore. I nostri esercizi sono cuciti addosso alla persona che li pratica. Abbiamo per ogni singolo esercizio uno di tipo base, uno di tipo medio e un altro avanzato. Stefano Conti ha ideato un sistema di allenamento fitness nuovo che utilizza principalmente gli strumenti elastici. Utilizziamo anche elastici che agganciamo con appositi moschettoni a qualsiasi base fissa o a ganci predisposti da noi su pareti e soffitti. Per effettuare i personal Bioenergym utilizziamo una cintura alla quale agganciamo gli elastici potendo in tal modo lavorare i muscoli, con il sistema di allenamento auxotonico, ovunque persino all'aperto».



Che difficoltà avete nel proporre questo tipo di attrezzature per disabili alle palestre italiane?

«Nessuna difficoltà. tutte le palestre possiedono gli strumenti che utilizziamo nella pratica della Bioenergym».

www.bioenergym.com



WWW.FITNESSITALIALIFE.IT

I NOSTRI PROGETTI PER IL 2020



Doneremo a palestre macchinari specifici per lo svolgimento di pratiche sportive per persone con disabilità

Organizzeremo interventi nelle scuole e ad eventi per sensibilizzare la popolazione ad un corretto stile di vita





Realizzeremo spazi per far praticare sport a persone con disabilità

Per info su come aderire al progetto Fitness Italia Life Via Tortona 33 - 20144 Milano Tel. 3421168712 info@fitnessitalialife.it www.fitnessitalialife.it Doneremo borse di studio a favore di giovani atleti



IN COLLABORAZIONE CON







di Francesco Perticari

STRUTTURE PICCOLE MACON LA VISIONE DELLE GRANDI

UNO SGUARDO
SUL FUTURO
DEI CENTRI
DI PERSONAL
TRAINING,

FITNESS BOUTIQUE, CENTRI OLISTICI YOGA E PILATES

er molti anni, ho aiutato giovani trainer, istruttori fitness e allenatori ad aprire il proprio studio, il proprio spazio indipendente di dimensioni limitate rispetto alla palestra tradizionale, dove allenare le persone in maniera personalizzata e con una specializzazione superiore alla maggior parte dei fitness center. L'ho fatto per due principali motivi. Il primo è perché credevo fosse un business interessante per loro, con scarse barriere in ingresso, e opportunità in grado di farli crescere professionalmente e finanziariamente. Il secondo perché, come consulente commerciale e marketing di aziende del settore, formare e aiutare le persone verso questo tipo di attività, mi dava l'occasione di vendere e proporre l'attrezzatura più idonea, collocando le aziende che rappresentavo tra i fornitori di riferimento per loro.

Guardare Iontano

Facendo un bilancio degli ultimi anni posso dire che l'ispirazione



profusa tra i miei contatti, frutto di un'intuizione apparentemente profetica se collocata negli anni in cui l'unica forma strutturata di fitness era la Globogym, è andata a buon fine nella maggior parte dei casi. In questo momento i più bravi stanno aprendo il terzo o quarto centro di una piccola catena di studi Functional, la maggior parte sta gestendo centri affermati, dando lavoro a diverse persone attraverso un'attività soddisfacente e redditizia, pochi stanno ancora cercando la loro identità, il modello organizzativo più idoneo. Questi ultimi sono, quasi sempre, vittime dell'incapacità di togliersi la tuta da trainer e indossare i panni dell'imprenditore, seppur piccolo.

Il vento del cambiamento

Qualcosa di nuovo sta arrivando dal nord e ho la sensazione che

occorra farci in conti anche in Italia. Come un buon surfer deve conoscere e anticipare i movimenti dell'onda così, nel business, occorre conoscere e anticipare le tendenze. Sono ancora convinto che, per un tecnico preparato con l'aspirazione di crescere, la formula del centro specializzato da 100/500 metri quadrati sia un'opportunità, ma occorre tener presente alcune dinamiche e prevedere quello che succederà nel futuro. Dalle ultime ricerche accreditate e aggiornate al 2018, in Europa, il 24,8 percento del mercato è in mano a trenta operatori, in altre parole catene o gruppi che aprono strutture sotto lo stesso marchio, ottimizzando i costi di marketing e sfruttando il proprio specifico posizionamento di mercato, economie di scala e comunicazione. Questi gruppi aderiscono a precisi modelli d'impresa in franchising,

TENDENZE

a gestione diretta o sotto forma di licensing. Per tradizione, invece, il mercato italiano è sempre stato caratterizzato da un accentuato spirito individualista. Siamo la patria della piccola e media impresa, dei titolari "tuttofare" in grado di miscelare, con intraprendenza innata, caparbietà e creatività. Per questo da noi i primi dieci operatori del fitness gestiscono appena il 3 percento dei club, mentre gran parte del mercato è rappresentata da palestre a "conduzione familiare".

La preparazione non basta

Se una volta era sufficiente per fare entrare gente in palestra una buona preparazione tecnica, un posto adeguatamente arredato e coerentemente attrezzato all'attività svolta, oggi qualcosa sta cambiando. Acquisire clienti è l'attività più importante alla quale si devono dedicare gli imprenditori, anche quelli piccoli, anche quelli in tuta. Non è più sufficiente dare un buon servizio, locali puliti

e personale empatico. Occorre, prima di tutto, essere concentrati ogni giorno, sull'acquisizione e il mantenimento dei clienti. Quest'obiettivo si può ottenere attraverso il marketing a risposta diretta, la gestione dei social, gli strumenti per la corretta analisi dei numeri, aspetti dei quali non si può più fare a meno nemmeno in un piccolo centro di allenamento funzionale. Il punto è che queste attività devono essere coordinate dal leader, dalla persona che ha la visione del business e del mercato. Non si tratta di pubblicità e non si può delegare l'aspetto strategico di queste aree allo studio di web marketing con mansioni perlopiù operative e che normalmente detesta assumersi la responsabilità del risultato.

Lavoro di gruppo

Poiché le **competenze del fare impresa** sono indispensabili anche nel fitness, anche per un personal trainer titolare di sé stesso, il mio

consiglio ora è questo: abituiamoci a far parte di un gruppo, a condividere, a fare network, a farci aiutare da chi queste competenze è in grado di formarle. Per esempio, accedendo alle diverse possibilità di aprire sotto forma di licenza, franchising o altro, perché affrontare un futuro impegnativo, è la strada verso il successo. Se si vuole **costruire un business** e non semplicemente darsi un lavoro è meglio percorrere la strada con qualcuno che sa dove andare. L'alternativa? Assimilare i principi del fare impresa, concentrandosi sul metodo e non sul servizio, sul processo e non sul prodotto, con i costi in termini di fatica, dedizione e rischio economico che queste attività comportano. Se si vuole andare lontano.

Francesco **Perticari**

- Consulente commerciale e marketing settore fitness XeniosUSA
- Project Manager Licensing Trifit System
- Business Coach



di Glauco Grassi

INDOOR CYCLING TRADIZIONE O HIGH TECH?

DA MOLTI ANNI NELLE PALESTRE ITALIANE SI È CONSOLIDATO IL CORSO DI

IL CORSO DI
INDOOR CYCLING, MA UN
DUBBIO ALEGGIA SEMPRE
NEI CENTRI: MEGLIO
ELETTRONICA O MANUALE?
ECCO L'ESPERIENZA
DI CHI LE RIPARA



lla fine degli Anni 90 poche aziende credevano in questo fenomeno che, poco a poco, si è sviluppato a livello mondiale, ma per una volta l'Italia non è fanalino di coda perché detiene più primati per vendite, ed è espressione del movimento e fenomeno che si è venuto a creare nei primi Anni 2000 tale da essere copiati ed emulati in molti altri paesi. Questo fenomeno ha un figura di riferimento che i nostalgici ricordano con il nome di Jhonny G, considerato il padre di questa tendenza. Negli anni questo tipo di attività è aumentata sempre di più, portando solo in Italia circa una ventina tra distributori. rivenditori e costruttori, andando a riempire le palestre italiane di bike, apparentemente simili, ma con caratteristiche costruttive e di componentistica diverse una dall'altra, dando dei problemi a molti gestori quando molte aziende chiusero o fallirono lasciando senza ricambi i propri clienti. Fortunatamente fino a una decina di anni fa le bike da indoor cycling erano costruite con molti pezzi di derivazione ciclistica, quasi

sempre si trovavano soluzioni per sistemare questi attrezzi, anche quelle bike meno conosciute e famose delle sorelle Americane.

E poi arrivò l'elettronica

Circa una decina di anni fa ci fu la svolta, quando alcune aziende iniziarono a introdurre anche sulle bike l'elettronica, mettendo piccoli monitor che potessero rilevare frequenza cardiaca, wattaggio di pedalata, tempo, Km ecc, stravolgendo di fatto il mercato dell'indoor cycling e il modo di "pedalare". Ancora oggi, essendo cresciuto in questo "mondo", i gestori di palestre mi chiedono quando arriva il momento di cambiare le bike, se sono meglio quelle vecchio tipo con solo meccanica, o passare sul tecnologico? A parte il budget completamente differente la mia risposta rimane la stessa, che tipo di attività volete fare nella vostra "sala"? Volete fare gruppo e far passare un'oretta di tempo ai vostri clienti togliendoli dallo stress quotidiano, oppure volete dare un servizio profilato facendo lezioni

mirate con un percorso e obiettivi specifici? Nel primo caso serve una buona dose di coinvolgimento, nella seconda bisogna studiare e rimanere aggiornati. Non sta a me dirvi che cosa fare, ma per la manutenzione le cose cambiano?

I danni dei clienti

Da un punto di vista meccanico spesso no, perché i modelli delle bike di quasi tutte le marche posso essere acquistate con o senza monitor salvo casi particolari. A differenza dei primi modelli che erano quasi interamente in metallo ora sono le parti plastiche a farla da padrone, con il vantaggio che non si arrugginiscono, ma bisogna stare attenti a pulirle con detergenti non troppo aggressivi, di contro è che sono più delicate e clienti poco accorti, a volte, divelgono in maniera inspiegabile parti della bike. Purtroppo dove andiamo a applicare dell'elettronica come le console, le cose cambiano, infatti, molti lamentano il costo del ricambio perché molto oneroso rispetto a quello che oggi si riesce a far pagare una lezione o abbonamento di





MISURA

ANALIZZA

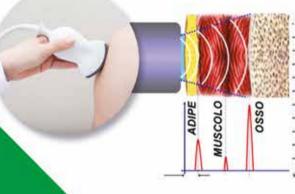
CONFRONTA

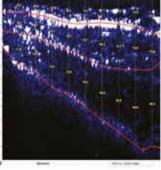
PIANIFICA



Anamnesi e studio dati









✓ Piano alimentare





✓ APP dedicata

DIVENTA
UN CENTRO
UFFICIALE SHAPENESS
CON ESCLUSIVA DI ZONA

WWW.SHAPENESS.IT Tel. 030 21 91 564



questa attività. Per chi utilizza bike con queste appendici il consiglio è istruire periodicamente i propri clienti, tramite gli istruttori, per un utilizzo consapevole. Molte delle sostituzioni che facciamo sono prevalentemente per rotture dovute a mal utilizzo, non perché il prodotto abbia difetti. La cosa fondamentale anche nelle bike senza console è la pulizia ordinaria che deve essere fatta al temine di ogni lezione istruendo il cliente di cosa, ma soprattutto quello che non deve fare.

Poche regole

Sicuramente asciugare il sudore dalle parti bagnate della bike, anche quelle basse, non solo manubrio e sella ma anche telaio anteriore e traversine perché non c'è acido peggiore del sudore umano. Buona norma sarebbe anche utilizzare del prodotto detergente e disinfettante da passare sul manubrio e sella, per questa operazione non c'è bisogno di "annegare" la bike, basta una spruzzata sul panno di carta e una passata. Per le console, in teoria idrorepellenti, mai spruzzare direttamente, prima si bagna il panno e poi eventualmente si pulisce. Tutto questo riguarda la manutenzione giornaliera che a termine di ogni lezione andrebbe fatta. Quella periodica, che dovrebbero fare i manutentori o istruttori predisposti, devo dire che, salvo qualche eccezione, nessuno la fa. Sarebbe buona norma una volta la settimana o al massimo ogni 15 giorni fare

un check di ogni singola bike, ma quando lo dico la prima reazione è sempre: «È sì... ho 15-17-22 bike, chissà cosa ci metto a farlo!», in realtà un check di routine non dura più di 10-12 minuti per una ventina di bike, basterebbe in sequenza controllare:

- regolazione della catena (due pedalate sono sufficienti fermandosi con i piedi alla stessa altezza prima da un lato e poi facendo mezza pedalata);
- si guardano i pedali e relativi agganci, di norma "Spd", se attaccano o hanno problemi;
- stabilità della bike (si capisce se ci sono i piedini da regolare);
- si controllano i serraggi del manubrio e piantone sella che siano in ordine;
- per le bike che hanno il display, verificare se si accende e legge tutti i parametri;
- visivamente si controlla lo stato generale di pulizia della bike.

Con questi piccoli controlli si può già avere una valutazione del buono stato di salute delle bike e, avendo un libretto di manutenzione a portata di mano, si può già segnalare qualche piccola anomalia o lavoretto da fare, che diventa fondamentale per l'eventuale tecnico interno o esterno. Questo purtroppo solo pochi lo fanno e la normalità è chiamare qualcuno quando la catena è già scesa, oppure quando si rompe qualche cosa. Un tempo le palestre avendo un reddito diretto perché facevano pagare anche

la singola lezione stavano più attente al fermo macchina, oggi che tanti includono le lezioni di indoor cycling nel pacchetto abbonamento spesso tengono ferme bike per settimane o mesi non pensando alla cattiva immagine che ha il centro nel tenere di solito accantonata in un angolo la bike "malata", senza avere nemmeno l'accortezza di toglierla dalla sala. Una frase che mi sono sentito spesso dire è: «Finalmente è arrivato il tecnico, evidentemente siete più ricercati degli idraulici o elettricisti», non sapendo che magari il gestore ci ha contattato solo due giorni prima.

Manutenzione periodica

Poi ci sarebbe da parlare della manutenzione o manutenzioni annuali fatte da chi conosce il prodotto, dove a differenza di altri comparti manutentivi del centro, il rapporto di fiducia tra gestore e tecnico deve essere più stretto, perché non sempre si riescono a sincronizzare esigenze del gestore, richieste degli istruttori, intervento del tecnico. Ai miei collaboratori cerco di spiegare di interagire il più possibile con il gestore o istruttore di riferimento perché più informazioni ci si scambia e meno incomprensioni e imprevisti emergono, soprattutto al momento di presentare il conto, perché quasi mai è presente in sala il libretto di manutenzione.

Quale modello allora scegliere? Prima di decidere rispondete a

Prima di decidere rispondete a queste tre semplici domande: per che cosa mi servono e che servizio voglio proporre, che costo hanno all'acquisto, infine, che cosa mi costa mantenerle. Parafrasando un carissimo amico un giorno mi disse: «Sai Glauco, il giorno più bello della mia vita è stato quando mi sono comprato la barca a vela dei miei sogni e il secondo giorno più bello della mia vita, è quando sono riuscito a venderla».

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



Divulgazione • Consulenza • Formazione

nonsolofitness.it 🔢 📵 🖸







Corso Massaggiatore Sportivo

Quota di partecipazione ai Corsi € 399.00

Alla quota di partecipazione sono da aggiungere € 68,00 (una tantum) per il Diploma Nazionale e Tesserino Tecnico

PADOVA

ROMA

MILANO

25-26/1 e 22-23/2

1-2/2 e 29/2-1/3

8-9/2 e 7-8/3

Il massaggio sportivo è un tipo di massaggio eseguito negli atleti al fine di migliorare la prestazione sportiva. Eseguito in determinate zone del corpo prepara il muscolo a grossi carichi di lavoro. È utile per ripristinare una più ideale condizione fisiologica dei muscoli sottoposti allo stress dell'esercizio fisico.

Gli effetti benefici sono molteplici:

- · Riduzione delle tensioni muscolari
- Maggiore ossigenazione muscolare
- Riduzione delle nodosità e aderenze cicatriziali
- Ritorno rapido della normale funzionalità muscolare
- Attenuazione dell'indolenzimento muscolare
- Riduzione della frequenza cardiaca e della pressione arteriosa
- Etimolazione del microcircolo locale
- Preparazione muscolare all'attività fisica
- Prevenzione degli infortuni

Corso riconosciuto AICS (EPS CONI) con rilascio del DIPLOMA NAZIONALE e certificazione internazionale.





Per info e iscrizioni www.infocorsi.com Tel 06 40403925

ll futuro del centro fitness è digitale: la personalizzazione dell'allenamento attraverso BIOGIRGUIT



a personalizzazione è la tendenza di oggi, clienti e utenti sono sempre più abituati ad avere tutto a portata di mano in base ai propri interessi e alle proprie abitudini. Personalizzazione è quindi una priorità per tutti i settori di mercato, compreso il mondo del fitness e del wellness: prodotti all'avanguardia, rivoluzionarie innovazioni digitali ed esperienze di allenamento ingaggianti ed immersive gettano le basi di un nuovo concetto di palestra.

Proprio per questo Technogym ha lanciato **CLUB 4.0**, un concetto completamente nuovo che rivoluziona il concetto di palestra per gli operatori e per i clienti. Gli operatori, infatti, possono innovare il proprio modello di business offrendo esperienze diverse a persone diverse in base ai propri obiettivi personali e alle proprie passioni, il tutto attraverso una tecnologia sempre più accurata che permette ai trainer di gestire ogni singolo aspetto dell'allenamento semplicemente tramite specifiche app.

PAROLA ALLE AZIENDE



Tra queste proposte, Biocircuit offre un nuovo metodo di allenamento a circuito in grado di offrire un workout personalizzato che consente di raggiungere i propri obiettivi in tempi brevi. Il programma guidato di Biocircuit garantisce un'esperienza coinvolgente, senza necessità di regolazioni o tempi di attesa poiché gli esercizi, il carico di lavoro, il rapporto lavoro/riposo e la velocità sono predefiniti e integrati all'interno di programmi personalizzati.

Il format BIOCIRCUIT include ATTREZZI con impostazione automatica dopo il log-in dell'utente, CONSOLE che permettono di visualizzare il programma su ciascuna macchina, FLOORING per l'installazione nascosta dei cavi e la guida dell'utente verso la postazione successiva, UNITY SELF, un chiosco dedicato, dove gli utenti iniziano e terminano il loro percorso, con la funzione di sincronizzare tutti gli attrezzi e uno SCHERMO ESTERNO collegato al chiosco per creare un'esperienza più coinvolgente.

Dal punto di vista degli **operatori del settore**, la scelta di BIOCIRCUIT va ben oltre l'acquisto di un format chiavi in mano. Rappresenta un intero sistema di supporto aziendale.

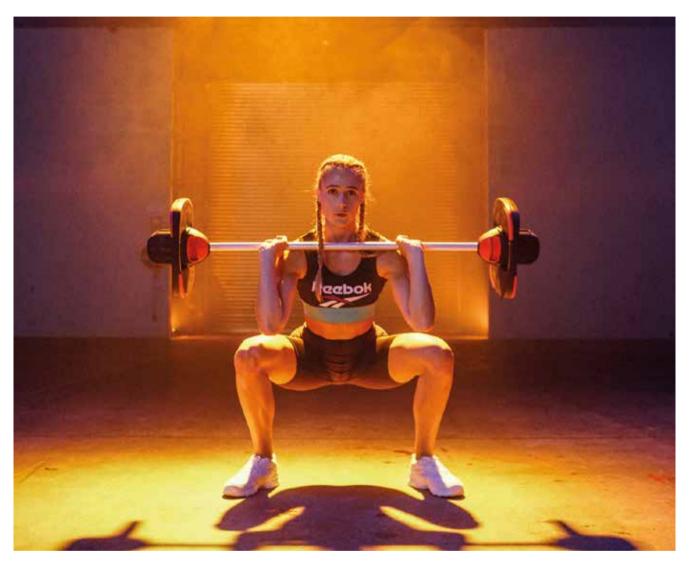
I consulenti **BIOCIRCUIT** e le Business Guide offerte da Technogym suggeriranno vantaggiosi modelli aziendali per massimizzare il ROI. I clienti riceveranno inoltre consigli pratici su come commercializzare il prodotto all'interno del Club, oltre a specifici suggerimenti di marketing.

BIOCIRCUIT offre un allenamento veloce ed efficace che include tutto l'essenziale per raggiungere la migliore attivazione muscolare. Grazie a **BIODRIVE** è possibile offrire un allenamento personalizzato, guidato ed efficace, per aiutare gli utenti a raggiungere i risultati migliori in tempi brevi. Ideale per chi non ha molto tempo per allenarsi, per chi vuole massimizzare il proprio allenamento, per i principianti e anche per chi ha difficoltà di movimento; **BIODRIVE** è l'unico sistema presente sul mercato collegato al software nativo del circuito; richiede una sola registrazione ed è totalmente personalizzabile in base alle esigenze dell'utente.



www.technogym.com/it/biocircuit

LES MILLS LAB POWERED BY SCIENCE



I settore dei corsi collettivi è piuttosto ampio e l'offerta per un club risulta vasta: come scegliere corsi di gruppo che siano in grado di fidelizzare i vostri clienti e attirarne di nuovi?

Sono sempre di più i club che hanno deciso di puntare sulla professionalità di aziende strutturate a livello internazionale che, forti della loro esperienza e del loro knowledge, sono in grado di creare e diffondere regolarmente nuovi contenuti di tendenza e di alta qualità, affinché le persone si avvicinino al fitness e si iscrivano in palestra. Nei corsi collettivi, Les Mills è l'azienda di riferimento, perché ha saputo creare un prodotto di successo e innovarsi nel corso del tempo, rivolgendo la propria attenzione tanto al prodotto in sé quanto ai servizi offerti al management dei centri fitness.

Per comprendere perché i programmi Les Mills facciano la differenza in termini di fidelizzazione e acquisizione dei clienti dobbiamo prima fare un passo indietro e spostarci all'altro capo della Terra.

Tutto ha avuto inizio quando Leslie (Les) Mills, quattro volte olimpionico, ha aperto nel 1968 la sua prima palestra ad Auckland, in Nuova Zelanda.

Oggi, a 50 anni di distanza, Les Mills è diventato un marchio mondiale, un'icona del fitness, con oltre 20.000 centri che propongono vari programmi quali BODYPUMP, BODYBALANCE, BODYCOMBAT, GRIT, ecc.

Cosa ha portato a questo successo mondiale, perché i corsi Les Mills sono diventati i più frequentati?

Chiediamoci cosa cercano le persone in un corso di gruppo: risultati, divertimento, nuovi stimoli.

PAROLA ALLE AZIENDE



Forte di questa constatazione, Les Mills ha condotto alcune ricerche sulle preferenze e sulle abitudini dei consumatori di fitness, per poi in seguito creare corsi di gruppo che fossero in linea con le aspettative.

I clienti di una palestra sono esigenti, vengono al club con un obiettivo e si aspettano di ottenere risultati e anche rapidamente, ma soprattutto ricercano la motivazione ad allenarsi, altrimenti potrebbero allenarsi a casa propria o altrove.

Gli studi condotti ogni anno da Les Mills vanno esattamente in questa direzione: da un lato capire chi sono i clienti delle palestre, cosa cercano e quali sono le loro preferenze, e dall'altro lato analizzare scientificamente gli allenamenti Les Mills con gli obiettivi dei clienti di oggi, al fine di proporre ai club dei programmi di fitness che siano sicuri, efficaci e coinvolgenti per ogni target di pubblico.

I clienti scelgono i corsi di fitness per soddisfare uno o più dei 6 seguenti bisogni emozionali: divertimento, energia, potenza, perfezione, rinnovamento e conformismo.

I programmi Les Mills sono creati per rispondere a questi obiettivi: ogni esercizio e ogni ripetizione vengono studiati appositamente al fine di offrire ai partecipanti un corso sicuro, efficace e motivante. Dietro ad ogni corso, quindi, si celano numerosi test e analisi dei risultati e sono questi che assicurano il successo del programma una volta diffuso ai centri fitness.

I costanti e considerevoli investimenti in progetti di ricerca rappresentano una parte importante dell'attività di Les Mills e garantiscono ai Club Partner e ai loro clienti che le attività di gruppo Les Mills siano efficaci e sicure. Les Mills collabora, infatti, con numerose Università di tutto il mondo per condurre studi scientifici in un'ottica di un miglioramento continuo, per creare programmi sempre più efficaci e motivanti, e testa l'effetto dei propri programmi sui principali fattori di salute di una comunità, come l'obesità e le malattie cardiache. La sua ricerca è indipendente, soggetta a revisione paritaria e riconosciuta dal settore.

Phillip Mills, Direttore Esecutivo di Les Mills, afferma che i risultati della ricerca consentono all'azienda di evolvere e migliorare i programmi di fitness: «Il nostro obiettivo è quello di migliorare la vita delle persone attraverso esperienze di fitness per i consumatori di tutto il mondo. Abbiamo ri-

voluzionato l'industria del fitness di gruppo negli ultimi 40 anni e la scienza per noi svolge un ruolo molto importante».

Nel corso degli ultimi 10 anni, le ricerche scientifiche di Les Mills hanno preso un'importanza ancora maggiore, a tal punto da aver portato alla creazione di "LES MILLS LAB", un pool di esperti di nutrizione, allenamento e medicina con a capo Bryce Hastings (responsabile del dipartimento di "Ricerca e Sviluppo" presso Les Mills International), che collaborano per condurre studi scientifici in relazione con l'allenamento, il corpo umano, la motivazione, la musica, ecc.

Bryce Hastings afferma: «Ad oggi abbiamo pubblicato più di 20 articoli in riviste scientifiche e mediche, analizzando i principali effetti dei programmi Les Mills sui partecipanti. Questi hanno spaziato dagli effetti dell'allenamento ad alta intensità sulle malattie cardiache, agli effetti di BODYPU-MP sulla salute delle ossa, sul comportamento dei clienti dei centri fitness e su come motivare i bambini a svolgere un'attività fisica in maniera regolare. Vogliamo continuare a far evolvere (dalla tecnica del singolo movimento all'intensità dell'allenamento e molto altro) i nostri allenamenti in questo modo, per aiutare le persone a vivere in maniera più attiva, salutare ed essere in forma tutto l'anno. La nostra ricerca con alcuni esperti delle Università di tutto il mondo è un aspetto fondamentale per raggiungere questo obiettivo».

Gli studi e le ricerche scientifiche che sono alla base dei programmi Les Mills si traducono per i centri fitness in un risultato tangibile: l'incremento della frequenza (e di conseguenza della fidelizzazione) ai vostri corsi.



Per maggiori informazioni sulle ricerche scientifiche nei programmi Les Mills visitate il sito Internet

www.lesmills.com/research

o contattate via email il nostro servizio Customer Experience

cx@lesmills.it

TRASCINA IL DIVERTIMENTO A RITMO DI MUSICA!







XFEST È LA LINEA DI ALTOPARLANTI AMPLIFICATI IDEALI PER IL TEMPO LIBERO, LE ATTIVITÀ IN PALESTRA E LE FESTE IN CASA O ALL'APERTO

Portatili e compatti, con batteria ricaricabile, manico trolley, connessioni USB e senza fili Bluetooth... ce n'è davvero per tutte le esigenze!

Ogni speaker prodotto dall'italiana Trevi, storica azienda di elettronica di consumo con sede a Rimini dal 1976, possiede tutte le caratteristiche per essere sfruttato al massimo e in ogni occasione, sia ludica che professionale.

Cominciamo con XFEST 1800 KB, un altoparlante amplificato con maniglia trolley, ideale per essere trasportato facilmente da una sala all'altra, senza l'ingombro di fastidiosi cavi: XFEST 1800 KB si alimenta con una batteria al litio integrata e non ha bisogno di essere costantemente collegato alla corrente. Puoi riprodurre i tuoi brani musicali preferiti utilizzando le tue chiavette USB o collegando direttamente il tuo smartphone/tablet senza fili attraverso la connessione Bluetooth. In dotazione c'è anche un microfono con cavo, perfetto per intrattenere gli ospiti o per sfoggiare le tue doti canore sulle note delle tue basi musicali preferite.

Parliamo ora di XFEST 1300 Beach, disponibile nelle colorazioni blu e giallo. Interessante per le sue caratteristiche, promette potenza, bassi profondi e soprattutto una protezione contro gli spruzzi d'acqua IPX4, che lo rende utilizzabile negli ambienti umidi e a bordo piscina. Anche XFEST 1300 Beach ha una batteria al litio integrata, una maniglia trolley per un facile trasporto, connessioni USB, AUX-IN, Bluetooth e due ingressi microfonici. Microfono con cavo compreso nella dotazione.

Se invece avete bisogno di piu' potenza, allora dovete puntare a occhi chiusi e senza esitazioni su XFEST 4000 DJ, lo speaker da ben 300 watt con luci, effetti DJ, due ingressi USB e due connessioni Bluetooth indipendenti per "mixare" a piacimento i vostri brani preferiti. L'alimentazione sia da rete fissa sia con batteria ricaricabile integrata, lo rende pratico anche dove non ci sono prese di corrente a portata di mano. Microfono senza fili in dotazione.

Potete trovare i prodotti XFEST di Trevi nei migliori negozi, nelle insegne specializzate oppure nei negozi online.



vendite@trevi.it www.trevi.it

BASTA UN T.TREKK20 E VIA VERSO IL BENESSERE

T.TREKK20 è il nuovissimo Treadmill meccanico prodotto da CARGO3, azienda che opera nel settore del wellness e che si occupa di Attrezzi e prodotti per il Walking a 360°.

Specifico e innovativo, con il suo piano inclinato dotato di una serie di rulli in alluminio a frizione controllata.



garantisce una deambulazione fluida, sicura, e adatta a tutti, con la possibilità di variare la pendenza del piano calpestatile, da 0° a 13°, senza alterare né limitare la fluidità del cammino.

L'arancio è il colore che li contraddistingue, la resistenza micrometrica azionata dall'allievo permette di creare percorsi più o meno impegnativi, garantendo l'impiego a differenti tipologie di utenti. Sicuro e facilmente riponibile, non necessita di manutenzioni straordinarie nel tempo, garantendo affidabilità e durata impareggiabili.

T.TREKK20 è il treadmill che consiglia e usa il format "Trekkmill Program" Group Walking, nato nel 2010 e ideato da Mario Perron, Master Training e Direttore Nazionale dell'Academy TAA, con sede in Castellanza(VA) L'unione di questi due elementi, attrezzo e formazione, permettono di fornire ai fruitori, importanti linee guida per un workout intelligente, sicuro e in linea con l'obbiettivo primario dell'Academy: "la salute dell'essere umano".

L'Academy propone corsi di formazione, mirati al conseguimento del diploma di Trekkmill Program Instructor Group Walking, riconosciuto dal CONI con l'inserimento nell'albo Istruttori indoor walking dello stesso. Il corso di Certificazione (WHITE LEVEL), della durata di 2 giorni (18 ore) è il primo passo di un percorso di formazione completo e in continuo sviluppo, che prevede ulteriori 2 step (GREEN LEVEL) e BLACK LEVEL.

Buon cammino Prof. Stefano Frattini

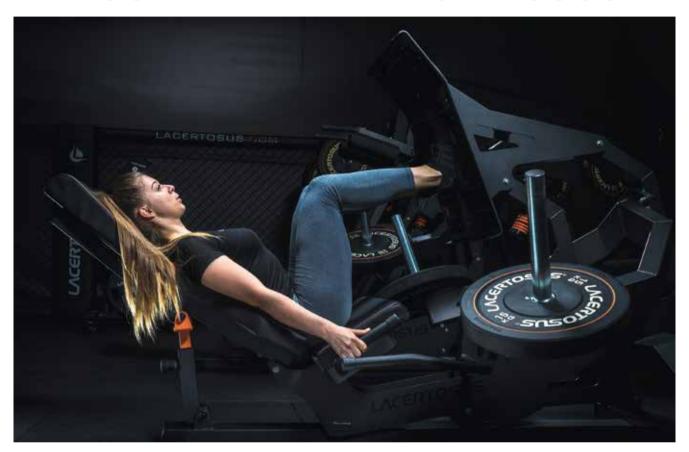


Fitness Equipment

Commerciale: Cargo 3 srl Tel. 0331.502010

Formazione:
TPI Trekkmill Program Academy
Tel. 0331.500125
info@trekkmill.com
www.trekkmill.com
FB Instagram

GIUBLING LA NUOVA LINEA DI LACERTOSUS®



acertosus®, un nome e una garanzia nel settore, azienda leader nella produzione di attrezzi professionali per il functional training, è una realtà dinamica e in forte espansione. Il suo fondatore Claudio ci riceve nella sede a Parma, un ambiente luminoso ricco di vegetazione naturale su cui domina l'imponente showroom.



Come mai uno show room così ampio per un e-commerce?

L'e-commerce è stato l'inizio, l'azienda ha una mission ben definita e i suoi punti di forza sono il design e la qualità; il design si percepisce a distanza ma la qualità si apprezza dal vivo, toccando un og-

getto, apprezzandone la superficie, la consistenza. Tutti i nostri prodotti sono testati in questo show-room prima di essere perfezionati e avviati alla produzione di massa.

Da Functional Training a macchine isotoniche, un ritorno alle origini del fitness?

Ho percepito l'esigenza di colmare un vuoto nel merca-

to: una serie di macchine isotoniche essenziali con una bella estetica, ma senza sacrificare nulla in termini di funzionalità, così è nata la linea Clubline di Lacertosus: macchine isotoniche robuste, affidabili e sicure.

Quali sono i punti di forza della linea Clubline?

Affidabilità, sicurezza e semplicità d'uso; in queste macchine si ritrova tutto lo stile Lacertosus: grafica accattivante, finiture di alto livello e cura maniacale per i dettagli. Il tutto 100% Made in Italy a pochi chilometri da casa, come molti dei nostri prodotti di punta, perché monitorare la produzione significa prevenire eventuali problemi all'origine, inoltre ciò rende possibile le personalizzazioni. Un ulteriore tocco di qualità sono le sellerie completamente sfoderabili.

Lacertosus, sinonimo di qualità

Lacertosus è stato il primo negozio a introdurre in Italia nel 2007 gli attrezzi da functional training, oggi è il punto di riferimento per chi non si accontenta e vuole solo il meglio per il proprio centro.

I prodotti Lacertosus® sono sinonimo di qualità, design

PAROLA ALLE AZIENDE

e sicurezza; ogni prodotto è curato nei minimi dettagli: progettazione, produzione, imballaggio, così come le certificazioni e i numerosi controlli a cui sono sottoposti i prodotti prima di lasciare il magazzino. Mentre il reparto R&D, l'assistenza post vendita e la dedizione dell'intero staff differenziano Lacertosus dagli altri players sul mercato per una soddisfazione a 360° della propria clientela. Tutti questi aspetti giustificano la differenza di prezzo rispetto ad altri soggetti sul mercato.

Quali sono i prodotti più difficili da realizzare?

Spesso i più semplici, mi spiego meglio: in Lacertosus non copiamo i prodotti di altri, se produciamo un prodotto è perché siamo convinti di aggiungere valore, una miglioria, una marcia in più. Quando si progetta un nuovo prodotto la difficoltà è conciliare funzionalità, design e sicurezza, il reparto progettazione interno si concentra in primis su questi aspetti per riunire il tutto in un prodotto con l'inconfondibile stile Lacertosus. Queste parole sono







confermate dai brevetti registrati a nome Lacertosus® che ci hanno consentito di tutelare le nostre proprietà intellettuali in un mondo dove alcuni competitor fanno del prezzo più basso l'unico punto di forza, trascurando la qualità e limitandosi a copiare.

Oltre il 2020

Le novità in casa Lacertosus non finiscono con la gamma Clubline: oltre 25 nuovi prodotti in arrivo per il 2020, con una nostra linea di prodotti cardio pensati per l'utilizzo professionale e destinati a una clientela esigente, sia sul piano tecnico sia nello stile.

Allestire una palestra con Lacertosus significa avere un partner in ogni fase del progetto, scegliere la migliore qualità e un marchio in grado di aggiungere valore al centro d'allenamento.



Tel. +39.0521607870 info@lacertosus.com www.lacertosus.com





CON INBODY LA COMPOSIZIONE CORPOREA NON È PIÙ UN SEGRETO



La scelta di un analizzatore di composizione corporea si basa su diversi fattori: precisione e accuratezza dei parametri misurati, praticità e velocità nell'esecuzione del test, facilità di interpretazione dei risultati per fare alcuni esempi.

La scelta che hanno fatto tanti Club, Centri EMS, Personal Trainer studio e tante squadre di Calcio professionistico (Juventus, Roma, Inter, Udinese e Benevento) confermano che InBody è la scelta corretta che risponde perfettamente ai criteri di selezione sopra esposti.

Ma questo potrebbe non bastare!

Quando ci si relazione con il cliente del club dopo aver effettuato il test è importante che il referto venga illustrato con chiarezza ed esaustività.

Per fare questo i Personal Trainer e tutti coloro che utilizzano l'Inbody **possono accedere al** Programma di Formazione Continua online sul sito fitness.inbodyitalia.it. Questo nuovo strumento è pensato per permettere al personale del club di formarsi sull'analisi della composizione corporea e di certificarsi all'uso delle macchine. Esso prevede una parte teorica e un test di certificazione che consentiranno di ottenere un attestato ufficiale rilasciato dall'**InBody Educational Team** come esperto della composizione corporea.

Quindi sarà possibile ottenere:

- Un riconoscimento professionale come esperto della composizione corporea
- Accesso al nostro programma di formazione continua a distanza
- · Visibilità sui nostri social.

Inoltre, periodicamente verranno caricate nell'area riservata del sito delle **Video Pillole di aggiornamento**.

Ma come fare a comunicare la disponibilità dell'InBody test ai clienti del club?

È molto importante comunicare con efficacia la disponi-

bilità dell'InBody test al cliente del club, a questo proposito abbiamo messo a disposizione del Club gli **Strumenti** di comunicazione InBody che consistono in:

- Pieghevoli, espositori da banco, vela, tessere di fidelizzazione etc.
- Un modulo formativo: "Come comunicare e proporre ai tuoi clienti l'InBody Test".

Ma chi possiamo misurare con InBody? Potremmo rispondere tutti i clienti del Club con motivazioni diverse. Facciamo alcuni esempi:

Adolescenti: in questo caso è importante tenere sotto controllo lo sviluppo equilibrato di chi sta ancora crescendo, grazie alla misurazione segmentale: parte destra del corpo, parte sinistra oppure parte inferiore e superiore); Atleti e sportivi: per monitorare il cambiamento o il mantenimento della composizione corporea, misurando muscolo scheletrico, idratazione e massa grassa per esempio.

Sovrappeso: per fotografare la parte grassa (massa grassa totale, in percentuale sul peso corporeo, segmentale, viscerale etc.) e monitorare la sua eventuale riduzione a beneficio della parte magra;

Età avanzata: ideale per monitorare il decadimento naturale della massa muscolare e quindi muscolo scheletrico, massa magra soprattutto degli arti inferiori etc.



Tel. 02.40741546 info@inbodyitalia.it fitness.inbodyitalia.it

Bellissima – Elegante – Unica

Nuova Linea IT 9000

€ 1.280,00°

Oltre 30 modelli - Un solo prezzo*























- Acquisto minimo 2 pz
- Acconto 35% all'ordine
- lva e trasporto esclusi

OFFERTA IN SCADENZA





Offerta soggetta a condizioni, maggiori info ai recapiti indicati.





Molte Opzioni Colore









Cardiaca Srl Unipersonale info@cardiaca.it - Info 328.8773385



di Alessandro Aru

GLI ERRORI DA NON COMMETTERE



IL MARKETING
CHE COS'È?
VISTO CHE
TUTTI NE
PARLANO,
ECCO UNA BREVE

GUIDA PER PUNTI A USO DEGLI IMPRENDITORI DEL FITNESS ià dalla definizione di marketing spesso ci troviamo in confusione. Questo perché abbiamo diverse interpretazioni del significato della parola. Si sente spesso qualche imprenditore del mondo del fitness affermare con sicurezza che non bisogna investire nel marketing, tanto sarebbero risorse buttate al vento. Ecco alcuni tra i principali errori del nostro settore:

Confondere il marketing con uno strumento pubblicitario

Fare marketing non vuol dire usare sporadicamente qualche strumento pubblicitario come ad esempio ogni tanto qualche volantino o dei manifesti per la città oppure qualche bel post su facebook. Gli elementi principali di questa tecnica sono la **strategia** (quali offerte?)

e la meccanica (la tattica, ovvero la scelta del processo di gestione di conquista del potenziale cliente fino all'acquisto definitivo), e non l'immagine finale (tanto cara solamente agli studi grafici) come erroneamente si potrebbe pensare. La campagna poi si sviluppa in un insieme di azioni comunicative che si rivolgono sia al mercato interno sia al mercato esterno caratterizzate da un mix di strumenti (almeno 8 diversi scelti per la loro comprovata efficacia nel proprio mercato).

Non sapere quanto investire in marketing

Per qualche imprenditore del nostro settore questa voce dovrebbe essere pari a zero, per noi invece rappresenta una delle voci più importanti del proprio budget annuale. Ecco alcune logiche per stabilire il budget:

MARKETING

- Costo per cliente

Stabilire il budget marketing annuale sulla base del costo di acquisizione di un nuovo cliente. Si presume di conoscere il proprio costo di acquisizione, informazione che per gli imprenditori italiani spesso e complessa.

- Percentuale sui costi annuali Stabilire una quota in euro, in percentuale sul totale dei costi.
- Percentuale sui ricavi previsti È la formula che più consigliamo, ecco un esempio:
 - 10-15% il primo anno
 - 7-8% fino al terzo anno
 - 5-6% a regime

La media del mercato italiano è inferiore al 1%, in pratica le palestre italiane non investono in marketing.

Non conoscere altre formule promozionali oltre la leva sul prezzo o lo sconto sul listino

Purtroppo, già da diversi anni, si è diffusa la moda di scontare il prezzo, e tra le palestre della stessa zona vi è un'accesa competizione a chi offre la tariffa più bassa. Questa politica ha portato a una riduzione sensibile dei margini dei club, oltre che a un abbassamento significativo della percezione del prezzo dell'utente finale. Intanto bisogna distinguere 2 dinamiche promozionali:

Come portare nella propria palestra un potenziale cliente

In questo caso si parla di promozione di "acchiappo", finalizzata a far sì che un potenziale nuovo socio varchi la porta della palestra.

Come vendere un abbonamento

In questo caso si parla di promozione per agevolare la sottoscrizione di un abbonamento (possibilmente annuale). Oltre allo sconto sul listino (da tenersi come rara possibilità) ecco altre soluzioni: test prova, studi a target, pacchetti speciali, programmi speciali, giorni speciali, lotterie, vantaggi per iscrizioni multiple, garanzie di soddisfazione, garanzie

di rimborso. Tutti metodi molto efficaci che vanno comunque scelti in base alla tipologia del club, alla sua organizzazione, al suo posizionamento, alla stagionalità ecc. In questo senso si consiglia di avvalersi dei suggerimenti di un team di specialisti in marketing.

Non investire, o molto poco, nel sistema più efficace di acquisizione

Tutti sappiamo bene che la miglior pubblicità è il passaparola, ma pochi investono in meccaniche che agevolano la richiesta per l'indicazione di nomi riferiti da un cliente. I migliori club hanno negli anni costruito un sistema di procacciamento "diretto" dei referenti e senza aspettare che "spontaneamente" arrivino delle segnalazioni, ottengono dai propri clienti dei nomi di propri amici che possono direttamente invitare, e ai quali proporre i loro abbonamenti. L'evoluzione del sistema di procacciamento dei "segnalatori" si è evoluto negli ultimi anni utilizzando i nuovi strumenti digitali (web, facebook, WhatsApp ecc.) e strizzando l'occhio alla nuova normativa sulla privacy. Il parametro di efficacia migliore è di 3,7 nominativi ottenuti da ogni nuovo cliente, ovvero 370 segnalazioni ogni 100 nuovi clienti. È facile anche ricordare come questi processi abbiano un costo fino a 5 volte inferiore rispetto ad altri processi o strumenti di acquisizione.

Non sapere vendere il proprio servizio

Il processo di vendita parte da quando un potenziale cliente si interessa ai servizi del club e compie una prima azione, come per esempio compilare un modulo informazioni su internet. Da quel momento in poi, fino alla definitiva sottoscrizione di un abbonamento, entra in gioco la capacità produttiva dello staff commerciale del club, ovvero la tempestività di risposta alla richiesta di informazioni, la capacità di saper far una telefonata efficace e fissare il maggior numero di appuntamenti in palestra. E infine sapere presentare e vendere

il proprio servizio con risultati eccellenti (80% di vendite sul totale delle visite). La qualità dello staff e della formazione periodica incide parecchio sulle prestazioni dei processi commerciali. Non investire in queste dinamiche rischia di essere un errore molto "costoso".

Non analizzare correttamente i concorrenti

Altro errore che rischia di essere "costoso". I concorrenti vanno analizzati e spesso, non tanto per cogliere qualche nuovo servizio da scopiazzare nell'intento di rubare qualche cliente, ma per verificare che la direzione della propria specializzazione sia corretta. Quindi, è necessario investire nel proprio posizionamento, per mantenere e anzi aumentare il divario con i concorrenti. Non si deve avere la pretesa di essere migliori in tutto, ma nelle proprie discipline bisogna sempre essere un gradino avanti. Ecco alcune delle principali domande da farsi periodicamente: quanti competitor ci sono? Chi sono? Dove sono? In che cosa sono posizionati? In che cosa siamo differenti? Dove mi trovo nella scala di valori del potenziale cliente?

Conclusione

Associare la parola marketing a delle semplici iniziative pubblicitarie è estremamente riduttivo, per noi marketing comprende tutti i processi che portano all'acquisizione di un nuovo cliente e alla fidelizzazione di un vecchio, comprendendo tutte le azioni comunicative che portino a conoscenza del posizionamento e della reale differenziazione del club. Per questo un manager specializzato in marketing per centri fitness deve conoscere perfettamente tutte le dinamiche.

Alessandro **Aru**

Direttore generale Violet srl Slim Belly Italia FT-Club Italia Consulenza&Marketing by Greinwalder&Partner alessandro.aru@violetconsulting.it

LA VETRINA DELL'USATO

UNA SEZIONE DEDICATA AI MACCHINARI E A TUTTI I PRODOTTI PER IL FITNESS CHE POTETE TROVARE A PREZZI PROMOZIONALI

WWW.FITNESSSTUDIO.IT



ROW PURE STRENGHT EURO 1.850,00 + IVA



DIP PURE STRENGHT EURO 1.850,00 + IVA



CALF PURE STRENGHT EURO 1.650,00 + IVA



GROUP CICLYNG EURO 800,00 + IVA



RECLINE FORMA EURO 1.100,00 + IVA



SINCRO EXCITE 700 EURO 1.800,00 + IVA



RUN EXCITE 700 BLACK EURO 2.850,00 + IVA



MY CICLING EURO 1.100,00 + IVA



MANUBRI CROSSBOWLINE EURO 5,00 + IVA AL KG

FITNESS STUDIO.it

di Tony Fumagalli

Per informazioni chiamate

Cell. 338.6525777 Tel. 0434.857012 Fax 0434.81061

www.fitnessstudio.it

e-mail: info@fitnessstudio.it



OMNIA EURO 1.800,00 + IVA



KINESIS ONE EURO 4.500,00 + IVA



ARKE EURO 1.000,00 + IVA



LEG PRESS SELECTION EURO 2.850,00 + IVA



LEG EXTENSION SELECTION EURO 1.750,00 + IVA



CROSSBOWLINE BASIC LINE A TUBO TONDO
DA 1.990,00 + IVA NUOVE



BIKE EXCITE 700 EURO 1.250,00 + IVA



NEW BIKE EXCITE 700 EURO 1.800,00 + IVA



RECLINE EXCITE BLACK
EURO 1.250,00 + IVA

FITNESS STUDIO.it

di Tony Fumagalli

Per informazioni chiamate

Cell. 338.6525777 Tel. 0434.857012 Fax 0434.81061

www.fitnessstudio.it

e-mail: info@fitnessstudio.it



VOGATORE VERTICALE EURO 850,00 + IVA



VOGATORE EURO 800,00 + IVA



MACCHINE A CARICO LIBERO CROSSBOWLINE.COM DA EURO 1.990,00 + IVA



RUN CURVO MECCANICO NUOVO EURO 3.990,00 + IVA



SCALA NUOVA EURO 3.990,00 + IVA



AIR BIKE NUOVA EURO 750,00 + IVA



RUN NOW 500 EURO 3.500,00 + IVA



BIKE SPINNING SCHWINN EURO 380,00 + IVA **AL PEZZO**



CUFFIA NUOVA DI RICAMBIO PER SELECTION TECHNOGYM **EURO 55,00 + IVA**





SHOULDER PRESS PURE STRENGHT EURO 1.800,00 + IVA



PULL DOWN PURE STRENGHT



PEDANA COMPATIBILE LINEA LUX **TECHNOGYM**



LEG PRESS TECA EURO 1.000,00 + IVA



BIKE XT EURO 950,00 + IVA



MY RUN KM ZERO MAI USATO EURO 2.000,00 + IVA



TECHNOGYM EURO 49,00 + IVA



EURO 35,00 + IVA



PEDANA COMPATIBILE LINEA LUX **TECHNOGYM** EURO 49,00 + IVA



WELLNESS • FISIOTERAPIA?

POWERMA

LACERTOSUS®

TRAINING EQUIPMENT



ClubLine







Scopri tutte le nostre offerte online!

WWW.LACERTOSUS.COM