

# LA PALESTRA

DAL 2005 LA RIVISTA LEADER PER I MANAGER DEL FITNESS

## RIPARTIAMO!

PAROLE D'ORDINE  
**SICUREZZA E  
SANIFICAZIONE**

I CONSIGLI DEGLI ESPERTI  
SU COME AFFRONTARE  
**QUESTA NUOVA  
SFIDA**

**LA RIPRESA**  
PARTE DAL DIGITAL  
MARKETING

**TUTTI I NUMERI  
DELLA CRISI**

LA PALESTRA - N°88 - maggio/giugno 2020 - Poste Italiane S.p.A. - Spedizione in abbonamento Postale - 70% - LOM/MI  
"In caso di mancato recapito si prega inviare al CMP Roserio (MI) per la restituzione al mittente, che si impegna a pagare il diritto fisso dovuto".

\*La mascherina utilizzata nell'immagine ha solo uno scopo evocativo riferito alla pandemia: si tratta di una maschera per il fitness che simula gli adattamenti che si verificano con l'allenamento in altura e non ha nulla a che fare con la protezione da contagio

# D-WALL

LO SPECCHIO DIGITALE DI TECNOBODY

- 3D CAMERA
- BASE SENSORIZZATA
- TECNOBODY KEY
- DIGITAL MIRROR

SPORT PERFORMANCE  
E ALLENAMENTO FUNZIONALE

HEALTH FITNESS  
E ALLENAMENTO POSTURALE

RIATLETIZZAZIONE

D-WALL è il laboratorio di analisi del movimento e di allenamento più smart, completo e compatto sul mercato.

Lo specchio digitale firmato TecnoBody ti permette di analizzare in tempo reale il gesto motorio del tuo atleta e la sua performance secondo precisi parametri su base scientifica.

Centinaia di esercizi specifici per:

- Postura
- Allenamento funzionale
- Equilibrio
- Agilità e reattività
- Forza



Contattaci per sapere di più sulla tua prossima palestra digitale!

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



*L' ECCELLENZA TECNOBODY  
PER ATALANTA B.C.*



ATALANTA B.C. Spa  
CAMPIONATO SERIE A 2019-2020



# LA PALESTRA

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

Anno XV - N. 88  
maggio/giugno 2020

**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](mailto:info@lapalestra.it)

**Direttore editoriale:**  
Cesare Salgaro

**Direttore Responsabile:**  
Federico Cociancich

**Grafica:**  
Alessandra Calò

## Per la vostra pubblicità:

Stefania Iannone  
328.0871075  
[pubblicita@lapalestra.it](mailto:pubblicita@lapalestra.it)

## Hanno collaborato:

Mauro Angelin, Barbara Bier,  
Francesco Bonometti, Avv. Valerio De Santi,  
Serena Kumar, Glauco Grassi, Marco Magnani,  
Paolo Menconi, Corrado Pirovano

**Immagini:** LA PALESTRA archivio,  
Adobe Stock

**Foto in copertina:** Adobe Stock

**Stampa:** Alpha Print

**Distribuzione:** gratuita per aziende  
e centri fitness

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

## LA PALESTRA

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

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

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

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

## \*NOTA INFORMATIVA SUGLI INTEGRATORI ALIMENTARI

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

**MEDIA PARTNER**

**FITNESS**  
ITALIA

[WWW.FITNESSITALIA.IT](http://WWW.FITNESSITALIA.IT)

# RIPARTIAMO!



**S**ono stati mesi durissimi per tutti, è inutile dirvelo, perché lo sapete meglio di noi, e piangersi addosso non servirebbe a nulla. Abbiamo appositamente aspettato prima di chiudere il numero che arrivassero i giorni delle prime ripartenze. In questi mesi c'è chi si è fermato ad aspettare, chi ha cercato di coinvolgere i propri clienti rimanendo in contatto con loro attraverso i social (ma monetizzando ben poco) e chi ne ha approfittato per rinnovare i locali o rilanciare i propri servizi, modernizzandoli. Purtroppo c'è anche chi ha chiuso, schiacciato dai costi. Il settore ripartirà, certamente con nuove modalità, ma ripartirà. In calce il testo delle linee guida per la riapertura: piacciono o meno, bisognerà comunque partire da queste.



Tutti i manuali di marketing dicono che sarà necessario differenziare la propria offerta per competere contro la concorrenza, ma non è sempre così facile: perché è difficile valorizzare le proprie proposte se la palestra più vicina dimezza il costo degli abbonamenti per cercare disperatamente di recuperare liquidità... pur sapendo che questo nel lungo periodo danneggerebbe tutti. L'intero settore avrà bisogno di aiuti, speriamo che arrivino davvero, che arrivino presto, e che non ci sia troppa assurda burocrazia per ottenerli.

Come sarà il mondo del fitness nei prossimi mesi lo scopriremo assieme: gli utenti si adegueranno? Si riuscirà a far quadrare i conti? Si riuscirà a superare la totale mancanza di liquidità? La verità è che non lo sa nessuno, perché una situazione come questa non si era mai vista.

Tutto ciò che possiamo fare è augurarvi, di cuore, un grande in bocca al lupo. Ci si vede in palestra!

*Cesare Salgaro*

# LINEE GUIDA PER LA RIAPERTURA DELLE PALESTRE

Il 17 maggio è finalmente uscito il Decreto del Presidente del Consiglio dei Ministri (DPCM) con le linee guida per la riapertura delle palestre: ecco un estratto con le sezioni che più riguardano il mondo del fitness.

Le presenti indicazioni si applicano a enti locali e soggetti pubblici e privati titolari di palestre, comprese le attività fisiche con modalità a corsi (senza contatto fisico interpersonale).

- Predisporre una adeguata **informazione** su tutte le misure di prevenzione da adottare.

- Redigere un **programma delle attività il più possibile pianificato** (es. con prenotazione) e regolamentare gli accessi in modo da evitare condizioni di assembramento e aggregazioni; mantenere l'elenco delle presenze per un periodo di 14 giorni.

- Potrà essere rilevata la **temperatura corporea**, impedendo l'accesso in caso di temperatura superiore a 37,5 °C.

- **Organizzare gli spazi** negli spogliatoi e docce in modo da assicurare le distanze di almeno 1 metro (ad esempio prevedere postazioni d'uso alternate o separate da apposite barriere), anche regolamentando l'accesso agli stessi.

- **Regolamentare i flussi**, gli spazi di attesa, l'accesso alle diverse aree, il posizionamento di attrezzi e macchine, anche delimitando le zone, al fine di garantire la distanza di sicurezza di:

- ◊ **almeno 1 metro per le persone mentre non svolgono attività fisica,**

- ◊ **almeno 2 metri durante l'attività fisica (con particolare attenzione a quella intensa).**

- Dotare l'impianto/struttura di **dispenser con soluzioni idroalcoliche** per l'igiene delle mani dei frequentatori/clienti/ospiti in punti ben visibili, prevedendo l'obbligo dell'igiene delle mani all'ingresso e in uscita.

- Dopo l'utilizzo da parte di ogni singolo soggetto, il responsabile della struttura deve assicurare la **disinfezione delle macchine** o degli attrezzi usati.

- **Gli attrezzi e le macchine che non possono essere disinfettati non devono essere usati.**

- Garantire la **frequente pulizia e disinfezione** dell'ambiente, di attrezzi e macchine (anche più volte al giorno, ad esempio tra un turno di accesso e l'altro), e comunque la disinfezione di spogliatoi (compresi armadietti) a fine giornata.

- Non condividere borracce, bicchieri e bottiglie e non scambiare con altri utenti oggetti quali asciugamani, accappatoi o altro.

- Utilizzare in palestra **apposite calzature** previste esclusivamente a questo scopo.

- Tutti gli **indumenti e oggetti personali devono essere riposti dentro la borsa personale**, anche qualora depositati negli appositi armadietti; si raccomanda di non consentire l'uso promiscuo degli armadietti e di mettere a disposizione sacchetti per riporre i propri effetti personali.

## L'aerazione dei locali

Per quanto riguarda il microclima, è fondamentale verificare le caratteristiche di aerazione dei locali e degli impianti di

ventilazione e la successiva messa in atto in condizioni di mantenimento di adeguati ricambi e qualità dell'aria indoor. Per un idoneo microclima è necessario:

- **Garantire periodicamente l'aerazione** naturale nell'arco della giornata in tutti gli ambienti dotati di aperture verso l'esterno, dove sono presenti postazioni di lavoro, personale interno o utenti esterni (comprese le aule di udienza e i locali openspace), evitando correnti d'aria o freddo/caldo eccessivo durante il ricambio naturale dell'aria.

- **Aumentare la frequenza della manutenzione/sostituzione** dei pacchi filtranti dell'aria in ingresso (eventualmente anche adottando pacchi filtranti più efficienti).

- **In relazione al punto esterno di espulsione dell'aria**, assicurarsi che permangano condizioni impiantistiche tali da non determinare l'insorgere di inconvenienti igienico sanitari nella distanza fra i punti di espulsione e i punti di aspirazione.

- **Attivare l'ingresso e l'estrazione dell'aria** almeno un'ora prima e fino a una dopo l'accesso da parte del pubblico.

- **Nel caso di locali di servizio** privi di finestre quali archivi, spogliatoi, servizi igienici, ecc., ma dotati di ventilatori/estrattori meccanici, questi devono essere mantenuti in funzione almeno per l'intero orario di lavoro.

- **Per quanto riguarda gli ambienti di collegamento** fra i vari locali dell'edificio (ad esempio corridoi, zone di transito o attesa), normalmente dotati di minore ventilazione o privi di ventilazione dedicata, andrà posta particolare attenzione al fine di evitare lo stazionamento e l'assembramento di persone, adottando misure organizzative affinché gli stessi ambienti siano impegnati solo per il transito o pause di breve durata.

- **Negli edifici dotati di specifici impianti di ventilazione** con apporto di aria esterna, tramite ventilazione meccanica controllata, eliminare totalmente la funzione di ricircolo dell'aria.

- **Relativamente agli impianti di riscaldamento/raffrescamento** che fanno uso di pompe di calore, fancoil, o termoconvettori, qualora non sia possibile garantire la corretta climatizzazione degli ambienti tenendo fermi gli impianti, pulire in base alle indicazioni fornite dal produttore, ad impianto fermo, i filtri dell'aria di ricircolo per mantenere i livelli di filtrazione/rimozione adeguati.

- **Le prese e le griglie di ventilazione** devono essere pulite con panni puliti in microfibra, inumiditi con acqua e sapone, oppure con alcool etilico al 75%.

- **Evitare di utilizzare e spruzzare prodotti** per la pulizia detergenti/disinfettanti spray direttamente sui filtri per non inalare sostanze inquinanti, durante il funzionamento.

**Al 17 maggio sono tuttora sospese le attività di centri benessere e centri termali** (fatta eccezione per l'erogazione delle prestazioni rientranti nei livelli essenziali di assistenza).

Sul sito [www.lapalestra.it](http://www.lapalestra.it) trovate il testo integrale del decreto legge e i relativi allegati, anche per quanto riguarda il mondo delle piscine.

# LA SANIFICAZIONE DELLE PALESTRE



**COSA SIGNIFICANO SANIFICAZIONE E SANIFICAZIONE STRAORDINARIA E COME INTERVENIRE PRIMA DELLA RIAPERTURA DELL'ATTIVITÀ PER ESSERE "CONFORMI" A QUANTO INDICATO DAL GOVERNO E NEL RISPETTO DELLE REGOLE PER IL CONTENIMENTO DEL VIRUS**



## Cosa significa Sanificazione e chi può farla

Genericamente **"Sanificazione"** è sinonimo di **pulizia + disinfezione**. Consiste in tutte quelle operazioni che permettono di eliminare ogni germe patogeno presente, con vari prodotti e tecniche, ma soprattutto con disinfettanti a base di sostanze chimiche che attaccano gli agenti patogeni e riescono a distruggerli. L'attività di **"pulizia"** è il complesso dei procedimenti atti a rimuovere polveri, materiale non desiderato o sporcizia da superfici, oggetti, ambienti confinati ed aree di pertinenza. È quindi l'operazione che consente di eliminare lo sporco dalle superfici, in modo da renderle visibilmente pulite. L'attività di **"disinfezione"** è il complesso dei procedimenti atti a sanificare determinati ambienti confinati e aree di pertinenza mediante la distruzione o inattivazione di agenti patogeni.

Si precisa che la sola pulizia (detersione), anche se correttamente eseguita, non è sufficiente a garantire la totale eliminazione degli agenti patogeni, i quali aderiscono tenacemente alle superfici, anche quelle apparentemente più lisce. La fase di disinfezione è, quindi, sempre indispensabile per consentire l'efficace abbattimento della carica patogena negli ambienti e sulle attrezzature.

Le operazioni di sanificazione sono descritte da una normativa di riferimento del Ministero della Salute e possono essere eseguite solo da imprese con un codice Ateco specifico e determinate caratteristiche professionali. In particolare: il Ministero della Salute con la circolare n.5443 del 22/02/2020 definisce che le operazioni di Sanificazione siano eseguite da personale dotato di tutti i DPI (Dispositivi di

Protezione Individuale) e precise norme da seguire (mascherine FFP2 o FFP3, camice monouso, svestizione - smaltimento dei DPI monouso come materiale potenzialmente infetto etc.) e effettuate da imprese autorizzate ai sensi del D.M. 274/1997, che al termine dell'intervento rilascino apposita certificazione riguardante l'avvenuto intervento, in conformità alle disposizioni in vigore.

## Perché è fondamentale avere la Certificazione

Per tre motivi principali:

- Contiene la data certa dell'intervento e tutti i dati dell'impresa che effettua la Sanificazione in particolare di essere impresa autorizzata
- Contiene le fasi di intervento di Sanificazione, che sono quelle in definitiva indicate dal Ministero della Salute

# FLOORSPORT

## LA PAVIMENTAZIONE MIGLIORE PER GLI ATLETI MIGLIORI

TEL: +39 02 552 137 41  
CELL: +39 339 220 90 80  
www.ecoplusitaly.com  
info@ecoplusitaly.com



100% MADE IN ITALY

**WBS**  
WELLBACK SYSTEM

Ecco come **AUMENTARE I RICAVI** nel periodo più difficile del secolo, scopri come i nostri **CLIENTI VINCENTI** stanno usando Wellbacksystem **PER ATTRARRE NUOVA CLIENTELA**

### PERCHE' INSERIRE WELLBACKSYSTEM PROPRIO ORA?



- DISTANZIAMENTO SOCIALE GARANTITO
- NON E' NECESSARIO L'USO DELLO SPOGLIATOIO
- CON I CORSI A CONSUMO AUMENTI I RICAVI E ATTRAU NUOVI CLIENTI
- E' LA SOLUZIONE VELOCE ED EFFICACE CONTRO IL MAL DI SCHIENA
- MIGLIORA L'APPARATO RESPIRATORIO
- E' ADATTA A TUTTI DALL'ATLETA PROFESSIONISTA AL NEOFITA
- LA TUA SALA CORSI DIVENTA PIU' PRODUTTIVA
- GESTISCI FACILMENTE I FLUSSI DI PERSONE CON I CORSI A PRENOTAZIONE

Se vuoi saperne di più scrivi a [info@wellbacksystem.com](mailto:info@wellbacksystem.com) o chiama 0573 82720 int. 2 e avrai in regalo un **PROGETTO PERSONALIZZATO** e lo strumento **PER CALCOLARE IL RITORNO D'INVESTIMENTO**

- Serve per il credito di imposta per poter recuperare denaro importante soprattutto in questa fase

### Le fasi della corretta Sanificazione

1. Sanificare prima con acqua e detersivi comuni con particolare attenzione alle superfici toccate dai lavoratori di frequente (muri, porte, finestre, superfici dei servizi igienici, maniglie, pulsantiere, etc).
2. Successivamente con detersione con ipoclorito di sodio 0,1% o con etanolo al 70% come indicato dal Ministero della Salute Aggiungiamo, con l'esperienza di scrive, l'utilizzo, a corredo degli interventi sopracitati, di atomizzatori elettrostatici nebulizzanti di perossido di idrogeno, macchinari all'Ozono, etc al fine di raggiungere, ad esempio, fibre di tessuti e anche angoli e superfici difficili dove si concentrano microorganismi estendendo l'azione sanificante nell'intero ambiente oggetto di intervento.

### Chi deve fare la Sanificazione, e quella straordinaria? Ogni quanto?

Il Ministero della Salute ha chiarito bene che, in ambienti

potenzialmente esposti, occorre, prima della riapertura, procedere a sanificazione straordinaria. Dopo la sanificazione straordinaria l'Azienda è tenuta a fare le pulizie tutti i giorni e a programmare una sanificazione periodica. Il protocollo anti-contagio richiede la sanificazione periodica (così detto Mantenimento della Sanificazione), ma mentre la pulizia deve essere giornaliera, e in alcuni casi più volte al giorno, la sanificazione deve avere carattere di periodicità. Molti datori di lavoro si chiedono ogni quanto tempo debba essere fatta questa sanificazione. La risposta non è indicata né nel DPCM né nel protocollo anti-contagio, in quanto tale periodicità deve essere stabilita dal datore di lavoro, nella propria valutazione dei rischi e nelle proprie valutazioni inerenti l'ottemperanza del protocollo anti-contagio. Ossia la sanificazione periodica deve essere programmata in base all'organizzazione aziendale, al numero dei dipendenti, al tipo di attività, alla zona della sede aziendale, anche in riferimento ai dati dei contagiati presenti nella zona e quindi la diffusione del virus.

### Cosa chiedere alle Imprese specializzate per un preventivo di intervento chiaro

Il gestore di palestra che si appresta a Sanificare il proprio ambiente di

lavoro dovrà chiedere all'impresa specializzata un preventivo che contenga:

1. Un prezzo chiaro a mq. con solo costi aggiuntivi di trasferta e costi DPI utilizzati
2. L'oggetto della prestazione con i prodotti e macchinari utilizzati
3. La dichiarazione che sarà allegato alla fattura il Certificato di avvenuta Sanificazione e le schede di Sicurezza dei prodotti utilizzati. In più si potrà richiedere un preventivo di Mantenimento della Sanificazione con periodicità consona rispetto al proprio ambiente lavorativo magari legandosi a un contratto con periodicità scalabile.

### Il credito d'imposta

Facciamo un cenno al Credito d'imposta sanificazione previsto dal Decreto Cura Italia: allo scopo di incentivare la sanificazione degli ambienti di lavoro, quale misura di contenimento del contagio del virus, ai soggetti esercenti attività d'impresa, arte o professione è riconosciuto, per il periodo d'imposta 2020, un credito d'imposta nella misura del 60% delle spese di sanificazione degli ambienti e degli strumenti di lavoro fino a un massimo di 60.000 euro. Il credito d'imposta è riconosciuto fino all'esaurimento dei 200 milioni di euro stanziati per l'anno 2020.

**Sul sito [lapalestra.it](http://lapalestra.it), trovi questo stesso articolo con l'aggiunta del testo integrale del Protocollo d'Intesa delle misure per il contrasto e il contenimento della diffusione del virus Covid-19 negli ambienti di lavoro. ■**



### Mauro Angelin

Amministratore della APS società di Servizi in ambito, Medicina del Lavoro, Sicurezza e Formazione, con sede a Milano, APS opera in tutto il territorio Italiano con il suo staff di professionisti esperti.

APS, nell'ambito della proposta dei propri servizi professionali, propone tra gli servizi anche il Servizio di Sanificazione Ambientale. [mangelin@goaps.it](mailto:mangelin@goaps.it), [www.goaps.it](http://www.goaps.it)





**FT-CLUB**<sup>®</sup>  
FUNCTIONAL TRAINING

# LA CHANCE PER APRIRE IL TUO FT-CLUB



WhatsApp

**CONTATTACI PER INFO**

**328 1533363**

**E-MAIL: INFO@ACISO.COM**



**IL MODELLO DI BUSINESS DEL FUTURO PER  
I PROFESSIONISTI DEL FUNCTIONAL TRAINING:**

- **PROGETTO ALL-INCLUSIVE**
- **ESCLUSIVA DI ZONA**
- **ALTO RENDIMENTO ANCHE IN PICCOLI SPAZI**

# AEMITALY

## SERVIZI DI SANIFICAZIONE PER LE IMPRESE

**AEMITALY SRL** è una società di servizi che opera anche, ma non solo, nel mercato delle pulizie, disinfezione e sanificazione professionali per imprese.

La nostra *Vision* è quella di fornire ambienti di lavoro più puliti, e gradevoli grazie a un insieme di servizi integrati. Siamo un'impresa in grado di fare fronte alle esigenze straordinarie e ai picchi di attività, come quello che stiamo vivendo, grazie a personale altamente specializzato. La nostra *Mission* è far sì che i nostri clienti, certi della pulizia e dell'igiene degli ambienti, possano dedicarsi al proprio core business, pianificando serenamente le loro attività.

*"Siamo innanzitutto un'azienda di servizi di pulizia, disinfezione e sanificazione, ma poiché abbiamo sempre posto l'accento sia su pulizia, sia su servizi, siamo anche un'azienda che fornisce servizi integrati che non si limitano alle pulizie."*

Sin dai nostri primi passi abbiamo cercato di venire incontro alle esigenze di un mercato in perenne evoluzione e costante riduzione delle risorse destinate ai servizi. Ci impegniamo a fornire servizi personalizzati e progettati sin dall'inizio con cura in modo da ridurre al massimo i costi e quindi il prezzo richiesto al cliente.

### **I servizi di sanificazione anti-Covid 19**

Il Protocollo Condiviso di Regolamentazione per contenimento della diffusione del COVID 19 fornisce le indicazioni per incrementare, negli ambienti di lavoro, l'efficacia delle misure di contenimento adottate





per contrastare l'epidemia; e in particolare parla di pulizia e sanificazione nelle aziende.

In base a quanto dettato dal Ministero della Salute, la nostra società ha sviluppato un protocollo d'azione con 3 metodologie differenti:

- **SANIFICAZIONE CHIMICA SULLE SUPERFICI:** viene effettuata utilizzando, sui punti di contatto, prodotti chimici disinfettanti specifici.
- **SANIFICAZIONE CON VAPORE (NEBULIZZAZIONE):** la nebulizzazione è la riduzione di un liquido in parti piccolissime, questa sanificazione delle superfici grazie all'utilizzo del vapore elimina virus, batteri e funghi da utensili, superfici verticali e orizzontali. È un metodo ecologico e affidabile, che rispetta anche la normativa HACCP
- **SANIFICAZIONE BIOLOGICA SULL'ARIA DEL LOCALE TRAMITE OZONO:** questa metodologia di igienizzazione determina l'abbattimento di spore, batteri, parassiti e virus in misura superiore a qualsiasi prodotto chimico, non lascia residui chimici e non ha alcuna controindicazione.

Quale dei tre metodi è il più indicato alla vostra azienda? **Contattateci. I nostri responsabili saranno a disposizione per dare tutte le informazioni richieste.**

#### **Servizi a 360°**

Non effettuiamo solo pulizie e igienizzazione di palestre e uffici, ma siamo in grado di svolgere Pulizie industriali, intervenendo su macchinari specifici e, con operatori addestrati e opportunamente formati; pulizie alimentari, con la pulizia di forni, macchine impastatrici, e altre linee di produzione composte da macchine e attrezzature che lavorano alimenti; e persino camere bianche, con il rispetto scrupoloso di tutti i protocolli definiti dal cliente. Siamo presenti anche nella Grande Distribuzione Organizzata, in magazzini e centri logistici, coordinando i nostri orari di intervento con quelli del cliente. Questo significa inoltre grandissime aree di pavimenti da pulire, e pulizia in contesti produttivi variegati dove l'igiene deve essere massima dato che vi si conservano alimenti che poi saranno negli scaffali dei supermercati ed entreranno nelle case degli italiani

#### **Personale formato e altamente specializzato**

Il nostro personale specializzato riceve costantemente un'adeguata formazione in merito all'utilizzo di prodotti e dei macchinari utilizzati nella sanificazione degli ambienti. Come previsto dalla normativa vigente la nostra società ha elaborato il Documento di Valutazione dei Rischi relativo all'attività.

Tutto il nostro personale partecipa regolarmente a corsi di formazione ed è dotato di tutti i DPI (dispositivi di protezione individuale). A tutto il personale viene applicato il CCNL di settore, ed è inquadrato e assicurato secondo le leggi vigenti. Il nostro personale opera adottando tutti i DPI a norma di legge.

#### **Servizi personalizzati sulle esigenze dei clienti**

Nelle nostre attività il primo punto cruciale è raccogliere le richieste del cliente, valutare gli sforzi necessari per raggiungere l'obiettivo e proporre quindi un preventivo non generico ma modulato sulle varie possibilità esistenti. Il nostro sforzo è offrire servizi dove costo - prezzo - qualità siano variabili.

Per noi la soddisfazione del nostro cliente è essenziale. Procediamo periodicamente a controlli di linea svolti da nostri addetti che verificano il lavoro svolto dai nostri operatori, e il grado di soddisfazione del cliente. Questo ci consente di chiarire incomprensioni che possono nascere in rapporti di lungo e medio periodo oltre a variare le attività di pulizia svolte al variare delle condizioni o delle esigenze dei nostri clienti. Abbiamo a cuore la soddisfazione dei nostri clienti perché è grazie a questa che possiamo meritarcene la loro stima.

***Noi facciamo impresa, gli altri solo pulizie!***



**Per informazioni:**  
[www.aemitaly.com](http://www.aemitaly.com)

di Serena Kumar

# CONVIVENZA VIRUS E FITNESS L'AIUTO DEL DIGITALE



NON C'È  
DUBBIO CHE  
IL 2020 SARÀ  
RICORDATO  
PER SEMPRE

COME L'ANNO IN CUI LE  
CERTEZZE DELL'EPOCA  
MODERNA SONO  
CROLLATE ALL'IMPROVISO  
RIVELANDO UN'ESTREMA  
FRAGILITÀ SIA A  
LIVELLO INDIVIDUALE,  
SIA ECONOMICO

**N**el mondo del fitness la crisi dovuta alla diffusione del virus si è fatta sentire con particolare irruenza, poiché palestre piscine e centri sportivi sono stati tra le prime categorie a subire la chiusura preventiva per limitare la diffusione del contagio. Anche se con un comprensibile ritardo rispetto ad altri settori, finalmente siamo alla ripartenza della macchina del fitness. Alla data in cui scriviamo i protocolli non sono ancora stati definiti, ma ciò che è ormai chiaro per tutti è che le riaperture avverranno in uno scenario totalmente nuovo, con dinamiche rivoluzionate e un'utenza profondamente modificata sia per esigenze che aspettative. Il mondo



del fitness subirà dei mutamenti profondi e non adeguarsi ad essi significherà essere stati sconfitti, professionalmente parlando, in questa guerra contro il virus. Chi è riuscito a trasformare il periodo di sospensione delle normali attività in un'opportunità per intraprendere percorsi alternativi e studiare soluzioni innovative si trova oggi in una posizione di vantaggio, lo dimostra il grande successo che hanno ottenuto i workout online messi a disposizione da molti in questo periodo di lockdown. Chi al contrario non ha colto subito l'esigenza di cambiamento imposta prepotentemente dal Covid-19,

si trova a fare i conti adesso con una spinta verso il digitale senza precedenti e dovrà correre veloce per tenere il passo con il nuovo scenario alle porte.

## Quali sono gli aspetti da considerare in questa nuova fase

Sicuramente il concetto di distanziamento sociale ci accompagnerà ancora per molto tempo e sarà una delle linee guida fondamentali su cui si baserà la riapertura delle attività sportive. Anche se direttive ufficiali a riguardo non sono ancora state espresse, è già possibile ipotizzare alcune soluzioni in proposito:

# OFFRI AI TUOI CLIENTI L'ALLENAMENTO GYM + HOME

RealVt ha creato un sistema combinato per garantire sia i corsi di allenamento in palestra con un numero ridotto di partecipanti, sia un supporto di home fitness per garantire la continuità di allenamento anche da casa.

**PER INFORMAZIONI:**

chiama subito lo **051 50 65 983** o scrivi a **commerciale@realvt.it**.



Fitness in sicurezza ✓

Mai smettere di allenarsi ✓

**Accesso su prenotazione:** il modo migliore per contingentare gli accessi, evitando l'effetto "coda al supermercato" è quello di gestire l'accesso alla sala pesi o alla piscina con prenotazioni, esattamente come avviene per i corsi o gli appuntamenti di PT. Se pensi che i tuoi utenti non saranno disposti a prenotarsi per venire ad allenarsi o a nuotare, stai sottovalutando i cambiamenti avvenuti in questo periodo. La possibilità di prenotarsi l'accesso al centro fitness sarà una novità molto apprezzata da chi non vuole rinunciare all'allenamento on-site ma allo stesso tempo pone attenzione alla salvaguardia della propria salute. Potersi prenotare da un portale Web o da un'app dedicata è sicuramente il modo più rapido e preciso per gestire questa nuova modalità di accesso: è rapido e comodo per l'utente e non comporta particolare lavoro per la reception.

**Controllo degli accessi:** un'altra possibilità interessante è quella di monitorare costantemente il numero degli utenti presenti, sia all'interno dell'intero impianto, sia in aree ben definite (es. sala corsi, spogliatoio, piscina ecc) e quindi bloccare l'accesso laddove si supera un certo limite. Ciò è possibile se, al controllo accessi che normalmente si attiva per verificare la validità dell'abbonamento, lo stato dei pagamenti e del certificato medico, è associato anche un conteggio degli accessi con relativo scalo delle uscite. In questo modo il numero dei presenti risulterà chiaramente individuabile e controllabile.

**Rivalutazione degli spazi esterni:** se sei tra i privilegiati che possono vantare un'area verde di proprietà esterna all'impianto al momento hai un vantaggio competitivo importante. È questo il momento per introdurre nei propri planning attività outdoor, senza dimenticare di applicare anche all'esterno le stesse regole sul controllo accessi valide per le attività indoor. Anche se non hai un tornello che



delimiti l'accesso alle aree esterne è possibile comunque verificare autorizzazioni e scadenze attraverso l'ausilio di lettori in grado di monitorare l'accesso in mobilità e/o app dedicate allo staff che consentono di eseguire l'appello in modalità virtuale.

**Fruizione online e onsite:** allenamento virtuale, workout online, videolezioni, streaming dei corsi... qualsiasi nome vogliamo dare a questo fenomeno, si tratta di un aspetto da non sottovalutare. Nato come palliativo per sopperire alla mancanza dell'allenamento classico praticato all'interno del centro sportivo, l'allenamento virtuale ha aperto sbocchi interessanti. La possibilità di usufruire della professionalità di un esperto a distanza, attraverso i mezzi tecnologici, da una parte va incontro all'esigenza o volontà di alcuni utenti di seguire un allenamento senza spostarsi dal proprio salotto, dall'altro consente alle imprese del fitness di ampliare il proprio bacino di utenti raggiungendo un target geograficamente dislocato o non confidente con la pratica sportiva in una struttura specializzata.

### Scenari futuri

**L'allenamento online non è destinato a sostituire in pieno quello on site,** poiché buona parte

di chi frequenta un centro fitness cerca molto di più che la mera esecuzione di una serie di esercizi; alla pratica sportiva si associa anche il senso di appartenenza a un gruppo, il confronto con gli altri, il contatto umano: tutti aspetti che contribuiscono alla fidelizzazione del cliente e al formarsi di un'abitudine. Tuttavia la necessità di rivolgersi sia a un target on site, sia ad uno online è sicuramente da tenere presente nel prossimo futuro per gestire un centro fitness al passo con le nuove dinamiche del mercato. Grazie alle app il trainer può monitorare le performance dei propri clienti e rimanere in contatto con loro in modo semplice e user-friendly.

### I protocolli di sicurezza

L'altro aspetto legato alla ripresa delle attività sportive su cui si stanno interrogando gli esperti è il potenziamento dei protocolli di sicurezza. Quali misure adottare per ridurre al minimo le occasioni di contatto potenzialmente pericolose? Quali gli strumenti in grado di supportare nella prevenzione del contagio?

**Termoscanner:** al momento non obbligatorio, ma sicuramente molto consigliato, il termoscanner è uno strumento molto utile a prescindere dal settore di applicazione. Si tratta di una termocamera, spesso

associata anche al riconoscimento della presenza della mascherina sul volto, che, rilevando la temperatura corporea della persona, consente di evitare che un utente in stato febbrile entri in contatto con altre persone. Nel caso dei centri sportivi che utilizzano un sistema di controllo accessi si può addirittura collegare la rilevazione della temperatura tramite termoscanner al lettore del tornello, impedendo l'ingresso laddove la temperatura rilevata superi una certa soglia.

**Acquisti e pagamenti online e casse automatiche:** l'e-commerce e i pagamenti digitali, in questa fase di ripartenza, assolvono a una duplice esigenza: da un lato riducono le occasioni di contatto tra acquirente e cassiere, nell'ottica di limitare le interazioni non necessarie; dall'altro offrono all'utenza l'opportunità di selezionare, acquistare e

pagare un abbonamento o un appuntamento comodamente dal proprio smartphone senza limiti spazio-temporali. La sicurezza dei pagamenti online, su sistemi di e-commerce sicuri e collaudati, è garantita da piattaforme di pagamento affidabili che supportano l'aspetto economico della vendita e spesso la ricevuta viene inviata direttamente via email al cliente limitando ancora di più la necessità di un contatto fisico.

**Contrattualistica digitale:** anche l'archiviazione digitale dei documenti è una funzionalità utile in vista della prevenzione del contagio. Attraverso questa modalità di gestione, liberatorie e contratti possono essere compilati e firmati direttamente su tablet riducendo la manipolazione di pagine cartacee. Riduzione del contatto, ma, allo stesso tempo, possibilità di interagire in tempo

reale a debita distanza con un consulente: le caratteristiche vincenti della contrattualistica digitale. Inoltre si contribuisce anche alla salvaguardia dell'ambiente poiché i documenti sono archiviati digitalmente e inviati via email al cliente, senza necessità di stampe inutili. Essere preparati al nuovo scenario significa conoscere gli strumenti ed essere aperti alle innovazioni, e un'esperienza come questa potrebbe diventare l'occasione giusta per innovare il proprio business e distinguersi sul mercato. ■

### Serena Kumar

Digital Sales in TeamSystem.

Dopo 6 anni nella formazione e assistenza clienti è passata all'ufficio commerciale dove si occupa di campagne mirate di upselling e redazione di articoli di settore.

Grazie all'esperienza lavorativa e alla passione personale conosce bene il mondo del fitness e del wellness, in particolare sotto gli aspetti relativi al marketing e comunicazione.

# SCOPRI CHE COSA CI RENDE DIFFERENTI

# PaviFLEX

PAVIMENTI PER PALESTRE



# MASSIMA SICUREZZA E GESTIONE PERFETTA CON MYWELLNESS FOR PROFESSIONAL

COME EVOLVERE IL PROPRIO MODELLO DI BUSINESS  
GRAZIE ALLA TECNOLOGIA ADATTANDOLO ALLE NUOVE SFIDE GLOBALI



In un settore, come quello del fitness e del wellness, in cui le relazioni umane sono fondamentali, oggi più che mai, per palestre e club è molto importante continuare a essere vicini ai propri clienti. L'emergenza che tutti noi abbiamo vissuto ha definito dei nuovi standard che influenzeranno il nostro modo di vivere e di accedere ai consumi anche in futuro. È importante fare leva su questo cambiamento sociale e comportamentale per innovare il proprio modello di business. In tutti i settori, e quindi anche nel fitness, i servizi digitali integrati in un ecosistema diventeranno essenziali per gli utenti finali.

Technogym da sempre crede e investe nel digitale. Già nel lontano 1996 l'azienda ha lanciato il primo software per la gestione dell'allenamento in palestra. Nel 2012 ha introdotto *Mywellness Cloud*, l'unica piattaforma cloud nel settore del fitness, che permette alle persone di collegarsi

al proprio programma personale di allenamento e ai propri dati in ogni luogo e ogni momento: all'interno del club, ma anche a casa, in viaggio o nel tempo libero.

Come molte ricerche hanno evidenziato, **i clienti del club che hanno la possibilità di allenarsi anche a casa, si dimostrano più fedeli al centro nel medio-lungo periodo.** Se per un certo periodo di tempo si trovano nell'impossibilità frequentare la struttura, ritorneranno con maggiore probabilità in palestra perché non hanno perso l'abitudine all'allenamento.

Oggi più che mai **Mywellness** rappresenta uno strumento fondamentale per il club per erogare i propri programmi e servizi di coaching ai clienti a casa, tenendoli ingaggiati e connessi con i trainers della struttura, e lo abbiamo fortemente riscontrato in questo periodo di distanziamento forzato.



La piattaforma Mywellness offre infatti la possibilità a ogni cliente di accedere al proprio programma e ai propri contenuti di allenamento personalizzati – in base a obiettivi, passioni personali e bisogni – anche da casa tramite la Mywellness app. In aggiunta, sono state appena implementate nuove funzioni per motivare ancora di più gli utenti:

- **Allenamento del giorno**, che consente ai clienti del club di restare attivi scegliendo ogni giorno tra 3 allenamenti con intensità diverse per rispondere alle esigenze di tutti.
- **Programma di allenamento**, utile per fornire allenamenti personalizzati a tutti gli utenti, coinvolgendoli e stimolandoli a non perdere le buone abitudini.
- **Coaching da remoto**, l'app include una chat per rimanere in contatto con i propri clienti e seguirli passo passo nei loro allenamenti.
- **Monitoraggio costante dei progressi**, l'app si integra con i principali tracker (smartwatch, fascia cardio...) per permettere ai clienti di condividere i risultati con il proprio trainer.

Per consentire l'uso corretto di **Mywellness** e per scoprire tutti i vantaggi delle soluzioni digitali, **Technogym** offre un **servizio di consulenza gratuito** sia agli operatori dei club che già utilizzando Mywellness e che vogliono cogliere nuove opportunità, sia ai professionisti del settore interessati a scoprire, o semplicemente conoscere meglio, questa innovativa piattaforma.

**Sono già oltre 2.000 gli operatori in tutto il mondo che hanno usufruito della consulenza gratuita di Technogym** e hanno implementato una strategia digitale utilizzando Mywellness per migliorare il contatto con i propri clienti, rafforzando la community in un momento così particolare come quello che stiamo vivendo.

«Il Centro Attività Motorie di Scurelle (TN) utilizzava già da anni i servizi Mywellness, ma Federico, titolare del Club e personal trainer afferma che **l'implementazione**



**di nuove licenze ha permesso di gestire al meglio il periodo di chiusura forzato e consiglia caldamente agli imprenditori del settore che ancora non ne fanno utilizzo, i servizi Prescribe, Challenge e Coach.**

- **Prescribe**, per la facilità nelle programmazioni delle schede di allenamento e nelle assegnazioni delle stesse.
- **Challenge**, per motivare i clienti mantenendoli ancora più attivi e fidelizzati al centro regalando qualche gadget particolare a chi si è maggiormente distinto.
- **Coach**, per assicurarsi la massima fidelizzazione del cliente.

*Inoltre, Federico, in vista dell'imminente riapertura del Suo Centro, apprezza enormemente la possibilità di far prenotare ai propri clienti, in modo semplice e veloce da casa attraverso l'app Mywellness, gli spazi di allenamento, sia che si tratti della gym floor, sia che si tratti di una classe particolare».*

### **Mywellness for Professional al tuo fianco per la riapertura del centro**

Questo periodo di distanziamento ci ha dimostrato che molte più persone possono essere raggiunte utilizzando la corretta tecnologia e le soluzioni digitali. Grazie a Mywellness è stato possibile mantenere e monitorare la relazione con i propri clienti allenandoli anche da remoto lontani dalla palestra. I servizi non sono finiti qui. Grazie a Mywellness app **ogni cliente potrà prenotare il proprio posto in palestra**, questo permetterà di risparmiare tempo e darà maggiore sicurezza alle persone che torneranno al centro, facilitando i flussi e lo svolgimento delle attività.



**Per una consulenza online gratuita:**  
**Tel 800 70 70 70**  
[www.technogym.com/lapalestra](http://www.technogym.com/lapalestra)

# ABBONAMENTI I CLIENTI HANNO DIRITTO AL RIMBORSO?



**COME GLI ESERCENTI DI PALESTRA E I CONSUMATORI TITOLARI DI ABBONAMENTI POSSONO REGOLARE I RAPPORTI IN ESSERE AL MOMENTO DELLA SOSPENSIONE DISPOSTA A CAUSA DELL'EMERGENZA**

**C**ome ben noto l'emergenza Coronavirus ha costretto il nostro Governo ad adottare misure volte a diminuire drasticamente il contatto ravvicinato tra le persone, e la conseguente diffusione di massa del contagio. Tra i vari provvedimenti emanati vi è il divieto di frequentazione delle palestre e la relativa sospensione delle attività (compresa, per quel che interessa, anche quella di piscine, centri benessere, e centri termali, essendo ulteriori servizi spesso

offerti nelle palestre). Tali decisioni comportano inevitabilmente la necessità di una regolamentazione dei rapporti in essere tra fornitori di servizi e consumatori.

Tra quelli per i quali il Governo ha dettato delle linee guida non è tuttavia compreso quello tra palestre e soci/consumatori. Ne consegue che si dovrà necessariamente far riferimento alle norme del codice civile, previa necessaria distinzione tra esercenti che, nella sostanza, svolgono attività a fini di lucro, ed esercenti







che svolgano attività dilettantistica senza fini di lucro.

Per i primi si potrà far rinvio alla disciplina della "impossibilità definitiva e temporanea della prestazione" di cui all'art. 1256, e della "impossibilità sopravvenuta" di cui all'art. 1463.

Nello specifico l'art. 1256 c.c. stabilisce che "L'obbligazione si estingue quando, per una causa non imputabile al debitore, la prestazione diventa impossibile. Se l'impossibilità è solo temporanea, il debitore finché essa perdura,

# Tutta la tua palestra in un'unica App!

**Scopri** la soluzione Wellness in Cloud di TeamSystem e preparati a vivere una **Digital Wellness Experience** completa a portata di mano!

-  Prenotazioni
-  Acquisti
-  Pagamenti
-  Accessi ai varchi
-  Schede di Allenamento
-  Diario Alimentare




Contattaci su:

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

 [wellnessincloud.it](http://wellnessincloud.it)

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

 +39 0423760608



non è responsabile del ritardo nell'adempimento. Tuttavia la prestazione si estingue se l'impossibilità perdura fino a quando, in relazione al titolo dell'obbligazione o alla natura dell'oggetto, il debitore non può più essere ritenuto obbligato a eseguire la prestazione ovvero il creditore non ha più interesse ad eseguirla". Mentre l'art. 1463 c.c. stabilisce che "Nei contratti con prestazioni corrispettive, la parte liberata per la sopravvenuta impossibilità della prestazione dovuta non può chiedere la controprestazione, e deve restituire quella che abbia già ricevuta, secondo le norme relative alla ripetizione dell'indebito". Tenendo in considerazione che i consumatori possono usufruire di diverse tipologie di abbonamenti offerti dalle palestre, diversi sono i diritti/doveri attribuibili alle parti. Preliminarmente è doveroso precisare che alcun inadempimento contrattuale potrà essere addebitato alle palestre le quali hanno dovuto sospendere i servizi offerti alla clientela in ottemperanza dei provvedimenti emanati dal Governo, così come dalle Regioni e/o dai Comuni qualora antecedenti.

Nel caso di specie, quindi, non si ritiene sussistano i presupposti affinché il consumatore possa esigere un (eventuale) indennizzo o risarcimento del danno a causa della sospensione dei servizi. Per i medesimi motivi, alcuna colpa potrà essere attribuita al consumatore che non ha usufruito di quei servizi per i quali abbia già sottoscritto e pagato un abbonamento. Veniamo ora alla possibile regolamentazione dei rapporti tra le parti.

#### Le attività a fini di lucro

**Qualora il consumatore abbia acquistato un abbonamento scaduto durante il periodo di divieto, potrà aver diritto al rimborso della quota parte non usufruita.**

**Qualora sia titolare di abbonamento non ancora scaduto al momento in cui sia terminata l'emergenza e consentita la riapertura delle palestre, continuerà ad usufruire dell'abbonamento sino alla scadenza contrattuale, con diritto al rimborso della quota parte non usufruita durante il periodo di sospensione.**

**Nel caso in cui l'abbonamento sottoscritto preveda un numero prestabilito di ingressi senza scadenze temporali**, potrà usufruire del proprio diritto di accesso quando sarà terminata l'emergenza; diversamente, qualora sottoposto a termine, potrà aver diritto al rimborso per la quota di ingressi non utilizzati.

Resta inteso che le parti, nel pieno esercizio della propria autonomia negoziale, potranno regolare anche diversamente i loro rapporti contrattuali, adducendo ad esempio a un **accordo di "congelamento"** (e conseguente prolungamento) dell'abbonamento per un periodo pari a quello di vigenza del divieto e della sospensione delle attività. Trattasi tuttavia di una facoltà, e non di un obbligo, la quale richiede quindi il **consenso di entrambe le parti contrattuali**.

#### Le attività senza fini di lucro

Per quanto riguarda, invece, gli esercenti che non perseguono finalità di lucro, poiché la quota versata dal socio è destinata al perseguimento della finalità tipica dell'associazione/società sportiva dilettantistica, ovvero la promozione di specifici valori sportivi, e non tipicamente e principalmente alla fruizione dei servizi offerti agli associati, **non si ritiene che il socio possa esigere la restituzione della quota parte non "usufruita"** a causa della sospensione. In tale caso, tuttavia, non può dubitarsi che la sospensione abbia effetti anche sulla durata della quota associativa, la quale dovrà essere prolungata per il medesimo periodo.

*Il presente articolo, chiuso redazionalmente il 06/04/2020, ha mera finalità informativa e non costituisce parere pro veritate. ■*

**Avv. Valerio De Santi**

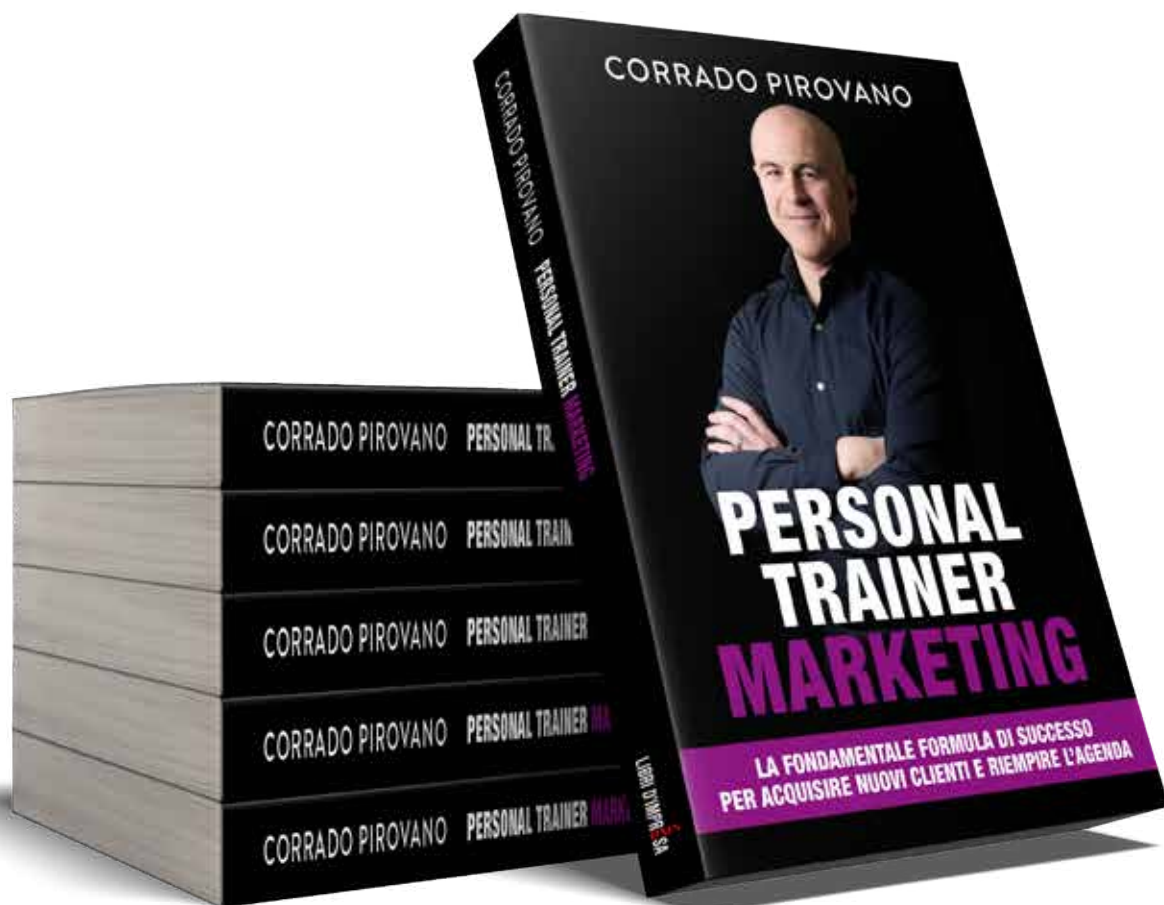
Parte dello Studio Legale Muratori and Partners

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

Tel. 06 51605708

# PERSONAL TRAINER MARKETING

Il primo libro interamente dedicato  
al marketing del personal trainer



Vai sul sito

[libropersonaltrainermarketing.it](http://libropersonaltrainermarketing.it)

**ACQUISTA IL LIBRO AL**

**50% DI SCONTO**

**UTILIZZANDO IL CODICE**

**LAPALESTRA50**

# IL MERCATO DEL FITNESS E I NUMERI DELLA CRISI



**EMERGENZA**

**CORONAVIRUS:**

**IN FUMO 1**

**MILIARDO**

**DI EURO E**

**OLTRE 200 MILA POSTI  
DI LAVORO A RISCHIO  
NEL SETTORE FITNESS,  
SECONDO UNA INDAGINE  
DELL'INTERNATIONAL  
FITNESS OBSERVATORY**

In Italia si stima che, a causa dell'emergenza per il Coronavirus, la perdita economica del settore fitness ammonti a 1 miliardo di euro (in 5 mesi) con oltre 200 mila posti di lavoro a rischio, secondo i dati emersi dalla ricerca di IFO (International Fitness Observatory). Al quarto mese di stop, **oltre l'82% dei club ritiene che non avrà più le risorse per sopravvivere alla crisi.**

L'industria del fitness e dello sport rappresenta una realtà importante nell'economia nazionale. Un mercato importante in Italia in costante crescita con oltre 5,5 milioni di persone iscritte in palestra e con un fatturato annuale di oltre 2,3 miliardi di euro, che è entrato nel suo momento più drammatico. IFO, in collaborazione con la società Egeria, e il supporto di FNI, ha realizzato una ricerca,



coordinata da Paolo Menconi, presidente dell'Osservatorio, coinvolgendo oltre 6.700 club in tutta Italia nel periodo tra il 17 e il 31 Marzo 2020.

## I risultati della ricerca

Dai risultati generali emerge innanzitutto che il panorama delle palestre in Italia è **composto per la maggioranza (59%) da piccoli club indipendenti**, solo il 12% appartiene a catene e quasi il 3% in franchising. Il restante 28% è formato da piccoli studi di yoga, pilates, ecc.

Quasi la metà dei Club (47,7%), ha una superficie sotto i 500 metri quadri; il 28% ha una dimensione fra i 500 e i 1.000 mq, mentre i club fra i 1.000 e i 2.000 mq sono il 12% e quelli oltre i 2.000 mq 12%. Di conseguenza, dominano

i centri (64,5%) con un numero di soci e clienti inferiore a 500.

## Club consolidati nel tempo

La netta maggioranza delle palestre è consolidata nel tempo: oltre il 57% è in attività da più di dieci anni e il 21% tra 5 e 10 anni. Il 19% tra 2 e 5 anni e solo il 3% meno di 2 anni.

## Offerta variegata

L'offerta dei club e la tipologia di abbonamento (ingresso giornaliero, mensile, semestrale, annuale, ecc.) è molto varia. Tuttavia solo il 23% dei club ha oltre della metà dei clienti con un abbonamento annuale. Questo lo rende un mercato finanziariamente "fragile".

## Convenzioni con Aziende e/o mondo della salute

Meno del 40% delle palestre ha

# LES MILLS VIRTUAL BIKE

I CORSI LES MILLS™ ORA ACCESSIBILI NELLA VOSTRA SALA PESI/CARDIO

L'unione di LES MILLS™, della bike top di gamma di STAGES™ (SC3) e della tecnologia più avanzata, in qualsiasi momento.



PREZZO DI LANCIO

**4700\* €**  
invece di 5499€

## I PUNTI DI FORZA:

- Abbonamento ai 3 programmi Les Mills Cycle per 3 anni, con 8 edizioni a programma
- Nuove edizioni ogni trimestre
- Multilingue (italiano incluso)
- Dati sull'allenamento in tempo reale
- Touch screen ad alta definizione da 15"
- Sprintshift: cambio rapido del livello di resistenza
- Connessione Bluetooth

LES MILLS | STAGES

[lesmills.it/virtual-bike](https://lesmills.it/virtual-bike)

business@lesmills.it - 02 49 87 881

convenzioni o partnership con aziende o con il mondo della salute. Interessante notare che chi ha stipulato convenzioni le ritenga molto utili e intenda svilupparle (quasi il 68%). Certamente una delle aree di crescita interessanti per chi la saprà sviluppare in futuro, per il rilancio dei Club.

### Organizzazione e gestione

Il modello prevalente di gestione è quello della **conduzione familiare** e in cui prevale il modello **“one man company”**, dove il proprietario, in molti casi, si occupa tutto: dall'organizzazione della palestra alle varie attività operative. Infatti, il 27% dei club non ha una reception e quasi il 60% non ha un consulente commerciale, né amministrativo. Lo staff tecnico sportivo impiegato rientra in un range fra 1 e 5 istruttori nell'82% dei casi; solo il 6% ne ha più di 10 e oltre l'86% dei centri sportivi, dichiara di spendere meno di 30mila euro al mese per il personale.

### I dati che scottano: quelli economici

Oltre il 90% dei club ha stimato sul periodo di febbraio e marzo un mancato incasso tra l'80% e il 90%, considerando che le chiusure hanno seguito periodi differenti nelle varie regioni d'Italia. L'impatto sul fatturato annuale è importante: il settore perde mensilmente tra

il 5% a più del 10% sul fatturato dei 12 mesi che, in circa 5 mesi di inattività, si stima potrebbe superare 1 miliardo di incassi in tutta Italia.

### Serve un aiuto al più presto

La maggioranza dei Club, oltre il 77%, chiede la sospensione delle incombenze fiscali e delle forniture e il 72% vorrebbe forme di finanziamento a fondo perduto a sostegno/riuscita dei Club.

Il 65% conferma questa richiesta anche come forma di indennizzo/gevolazione. Il 44% chiede ammortizzatori sociali come la cassa integrazione, sospensione dei mutui, ecc. e viene richiesta la sospensione dei versamenti, di ritenute e contributi dei collaboratori. Molti mettono in risalto la necessità di linee chiare relative alla sospensione dei contratti di affitto in un momento di totale stop.

### Con nuovi fondi a disposizione, dove è importante investire per il futuro, per il rilancio dei Club?

Al primo posto i Club mettono **“Pubblicità e comunicazione”**, poi **“Eventi promozionali”**, ed è significativo l'interesse per **“Nuove partnership con Aziende e mondo della salute”**. I club sentono l'esigenza di nuove competenze al loro interno e così molti pensano a **“Corsi di aggiornamento per lo staff”**.

Il prossimo è un dato **“nuovo”** e, ovviamente, dovuto a questa nuova realtà: **“Coperture Assicurative a tutela di futuri eventi negativi”**, poi **“Nuovi attrezzi per la sala fitness”** per rinnovare l'offerta ai propri clienti che va di pari passo con l'introduzione di **“Nuovi Corsi collettivi nel planning settimanale”**; seguono **“Nuove tecnologie e Software per analisi e gestione del Club”** e **“Ampliamento e/o rinnovo spazi del Club (bar, ristorante, spa, ecc.)”**.

### Il futuro non è roseo ma c'è speranza

Nonostante la difficoltà del momento, quasi il 7% prevede che il proprio club sia consolidato e che quindi il numero dei clienti/soci, a emergenza finita, potrebbe essere uguale. Il 25% ritiene che tra una anno la situazione sarà difficile, ma sostenibile; il 46% circa ritiene che sarà peggiore, mentre il 20% addirittura compromessa.

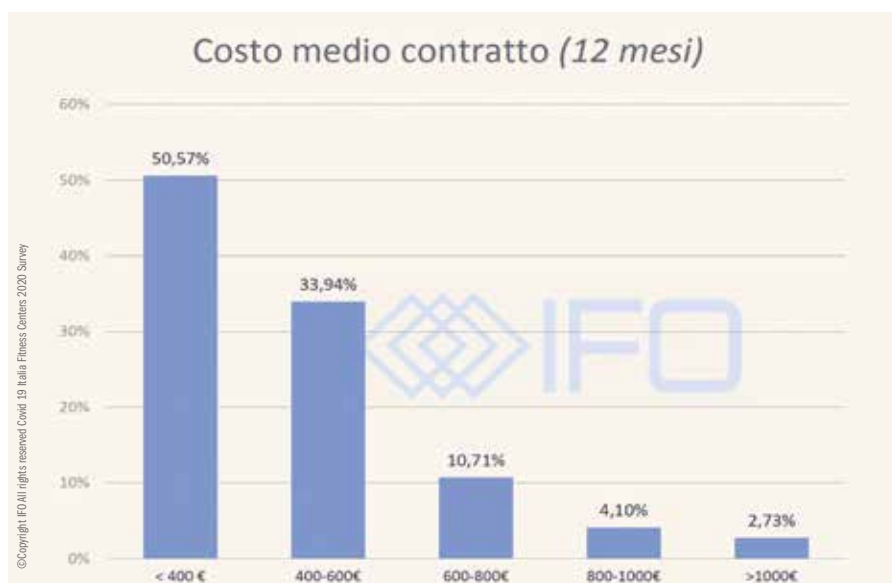
Purtroppo solo l'11,5% pensa che tra un anno la situazione sarà migliore e poco meno dell'11% non ha idea di come sarà il futuro.

Penso sia evidente che i risultati di questa ricerca indicano che l'industria del fitness è in un momento difficilissimo e senza precedenti. Non va dimenticato che è un settore che ha un ruolo sociale fondamentale per il benessere psico-fisico dei cittadini. Va protetto con interventi strutturali seri e concreti, sia per chi vi lavora, sia per i clienti, per potersi rimettere in piedi e continuare a guardare serenamente al futuro. ■

Sul nostro sito [lapalestra.it](http://lapalestra.it) trovate altri dati esclusivi e interessanti grafici relativi alla ricerca IFO.

**Paolo Menconi**

«Uomo dei numeri» di Getfit e Presidente di IFO - International Fitness Observatory  
[info@iffo.academy](mailto:info@iffo.academy)  
[www.iffo.academy](http://www.iffo.academy)





# LES MILLS SMART TECH

I vostri clienti nei corsi collettivi si meritano attrezzature tecnologiche e performanti, all'altezza di quelle che avete nella vostra sala pesi/cardio.



**ESTREMITÀ ROTANTI**  
Per un movimento più fluido e risultati ottimali

**TRANSIZIONI RAPIDE, FACILI E SENZA CLIP**  
Per un carico dei pesi in pochi secondi

**DIAMETRO OTTIMALE DEL BILANCIERE**  
Per un migliore comfort durante l'allenamento



**STABILITÀ E SICUREZZA**  
Il bilanciere caricato con i pesi non rotola

**PESI ERGONOMICI**  
Migliore impugnatura per gli esercizi funzionali  
Disponibili in 1kg / 2.5kg / 3.7kg / 5kg / 7.5kg / 10kg

Incrementate il vostro tasso di frequenza e di fidelizzazione dei clienti nei corsi di gruppo con la gamma di attrezzature SMART TECH.

FITNESS  ENGINEERED

LES MILLS  
SMARTBAR

LES MILLS  
SMARTBAND

LES MILLS  
SMARTSTEP

LES MILLS  
MBX MAT

# LES MILLS SMART TECH



**M**archio sviluppato da LES MILLS™, leader mondiale dei corsi fitness, **SMART TECH™** è una gamma di attrezzature per i corsi fitness progettata per **ottimizzare il connubio tra efficienza e risultati** per gli utilizzatori.

Dal design raffinato e di tendenza, SMART TECH™ fa della qualità il proprio punto di forza, perché **qualità significa fedeltà**: difatti la qualità dell'experience vissuta porta a una frequenza superiore, e quindi a una fidelizzazione superiore.

I feedback degli utenti delle attrezzature SMART TECH™ sono molto positivi: il 77% di chi utilizza queste attrez-

zature afferma che l'experience di allenamento è superiore rispetto a quando si allena con altre attrezzature, ed il 56% dei partecipanti ai corsi afferma addirittura che la qualità delle attrezzature che usa per i corsi di gruppo influenzi la propria decisione legata al rinnovo dell'abbonamento. Della gamma SMART TECH™ fanno parte in particolare i bilancieri SMARTBAR™ e gli step SMARTSTEP™.

I bilancieri **SMARTBAR™** non hanno nulla a che vedere con i bilancieri tradizionali: i pesi, utilizzabili anche come manubri grazie alla presa al centro, si inseriscono direttamente sul bilanciere senza le classiche clip, tramite il concept brevettato e denominato «dentatura di coccodrillo»,



che consente transizioni facili e veloci. Siamo già arrivati alla seconda generazione di SMARTBAR™, rinnovate, rispetto alla prima versione, nel design, nell'ergonomia, nei materiali e nelle tipologie di pesi che l'utilizzatore può mettere sul bilanciere: ai tradizionali pesi da 1 kg, 2,5 kg, 5 kg e 10 kg, infatti, sono stati aggiunti quelli da 3,7 kg. Molto utile è anche la rastrelliera per inserirvi bilancieri e pesi in maniera semplice e precisa quando non sono utilizzati: dal design moderno, consente di risparmiare molto spazio e mantenere la sala corsi ordinata.

Lo SMARTSTEP™, altro fiore all'occhiello della gamma SMART TECH™ si differenzia dagli step tradizionali per la qualità dei materiali utilizzati, che rende l'allenamento per gli utilizzatori più sicuro ed efficace.

I rialzi a cerchio, facili da agganciare e sganciare dallo step, consentono un utilizzo dello step anche come piano inclinato, utile per alcuni esercizi di rinforzo muscolare. Progettato per durare nel tempo, lo SMARTSTEP™ è testato per resistere anche a livelli di utilizzo intensi.

Completano la gamma SMART TECH™ il tappetino MBX MAT™, dalla duplice superficie (yoga e allenamenti cardio) per un comfort superiore di utilizzo, e l'elastico SMART BAND™, scientificamente concepito per una massima intensità e flessibilità, anche durante gli allenamenti più tecnici: dalla forma piatta e con le maniglie comode per l'uso, la SMART BAND™ è disponibile con due resistenze, media e forte.

Oltre a un evidente **beneficio in termini di experience da parte dei clienti**, le attrezzature sono ormai parte inte-

grante del «mobili» di un centro fitness, un po' come lo sono, ad esempio, i divani ed i tappeti nella hall di un hotel: anche da questi aspetti, sempre più importanti **in un'epoca basata sull'estetica e sull'immagine**, i clienti, e i potenziali tali, valutano il servizio che il centro fitness offre loro.

Investire in attrezzature di qualità significa investire nel futuro del vostro club, per voi e i vostri clienti.



**LES MILLS**  
**SMART TECH**

Per maggiori informazioni contattate  
il team LES MILLS:

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

02 4987881

[www.bit.ly/lm-smart-tech](http://www.bit.ly/lm-smart-tech)

# LA RIPRESA PARTE DALLO SMART FITNESS



IN OGNI  
MOMENTO  
DI CRISI LA  
RICETTA PER  
RIPARTIRE

IN MODO REALMENTE  
FUNZIONALE PER IL  
PROPRIO BUSINESS STA  
NELL'INNOVAZIONE. ECCO  
COME TRASFORMARE LA  
NUOVA NORMALITÀ IN UNO  
SLANCIO POSITIVO PER LA  
PROPRIA PALESTRA

In un momento in cui palestre, centri fitness e boutique del movimento organizzano la propria attività con **home training** a distanza, attività one-to-one, gestite attraverso la **tecnologia**, e un'offerta completamente rivista nei propri modi, occorre pensare a come ripartire con un nuovo **slancio positivo**.

Storicamente ogni momento di crisi contiene in sé la scintilla per un nuovo equilibrio e per ripartire attraverso **modi differenti** di gestire il proprio business. La tecnologia ha **profondamente mutato** ogni aspetto della nostra vita quotidiana nel suo evolversi nei decenni e il mondo dello sport e delle palestre è stato coinvolto tanto quanto gli altri settori. Ne abbiamo la dimostrazione proprio in questi mesi, nella possibilità di continuare a seguire i propri clienti in attività svolte **a distanza**, con l'ausilio delle **piattaforme** di video call,



ma anche in tutti quei servizi gestionali che hanno reso **smart** e centralizzata la gestione dei clienti e delle attività, a disposizione dei proprietari di centri e palestre per semplificare e ottimizzare il proprio lavoro.

Ma il ruolo della tecnologia forse più importante a servizio delle palestre è proprio quello che si è ritagliato nell'allenamento e nella possibilità per i personal trainer di dare un **maggior valore** alla propria esperienza.

Dai wearable devices per lo sportivo, che ci permettono il **monitoraggio** dei nostri allenamenti, alla tecnologia applicata agli attrezzi per l'allenamento delle palestre, che sono in grado di gestire i carichi, di **tenere traccia di ogni dato** ed evoluzione del training stesso e

quindi di rendere funzionale, sicuro e ottimizzato l'allenamento.

## La digitalizzazione nel fitness

È proprio dallo sviluppo tecnologico che possiamo ora ripartire per rendere la **funzionalità** tangibile della tecnologia e il suo **valore di competitività** gli aspetti fondanti delle attività in palestra.

Non solo lo sportivo cerca elementi di novità, ma soprattutto **premia gli elementi innovativi** che in palestra dimostrano di essere realmente funzionali all'allenamento. Al di là delle mode i **trend del fitness** già individuati dall'**ACSM** all'inizio del 2020 riportano diversi punti trainanti e fondamentali sia per l'utente, sia per il gestore.

# faress<sup>®</sup>

## Specialisti nello sport

Via Antonio Carruccio, 107 • 00134 Roma  
Tel. 06.71.350.124 • [fornituresportive@faress.com](mailto:fornituresportive@faress.com)  
[www.faress.com](http://www.faress.com)





**Tra questi vi sono:**

- La wearable technology
- L'allenamento in gruppo
- Il personal training
- L'alta professionalità dei trainer
- I programmi di movimento per la terza età
- L'esercizio fisico inteso come medicina

L'introduzione della **digitalizzazione** nell'ambiente delle palestre va esattamente in questa direzione. La tecnologia in palestra permette di **oggettivare i dati** provenienti dai sistemi stessi e di tracciare una mappatura della **qualità del movimento** degli atleti. Inoltre, la possibilità di monitorare i dati di feedback sul movimento permette sia di impostare degli allenamenti **one-to-one** di qualità, sia di lavorare in **small group**, rendendo l'attività fisica ancor più stimolante, motivante ed evasiva; aspetti questi ultimi che sono sempre più in cima alle richieste di chi frequenta le palestre. La possibilità di raccogliere dati scientifici sull'allenamento grazie alla tecnologia permette di abbracciare **target di utenti inediti** che hanno esigenze specifiche e che a gran voce

richiedono attività ad hoc, siano esse di prevenzione, di **health fitness** o di mantenimento dell'indipendenza nel movimento. Dai bambini ai soggetti di terza età, la digitalizzazione nell'ambito del fitness permette ai gestori dei centri e ai personal trainer di catturare l'interesse di un target ampio e con molte specificità. **L'innovazione nel campo del fitness e della preparazione atletica**, supportata da una costante **ricerca tecnologica e clinica** rende possibile tutto ciò.

**L'apporto umano**

Se però pensate che l'aspetto tecnologico possa sostituire le capacità, l'intuito e la creatività umane vi sbagliate. Ogni prodotto di nuova generazione va nella direzione di legare il **fattore umano** alla **tecnologia**, ovvero la **professionalità** dei trainer all'alto contenuto tecnologico e funzionale dei sistemi e dei software. È il caso, ad esempio, degli **specchi digitali** in grado di monitorare ogni aspetto del movimento, dei **treadmill** capaci di analizzare la postura in movimento e l'appoggio del runner, e delle **pedane sensorizzate** che permettono

di lavorare all'equilibrio e alla propriocezione tanto importanti per ogni sportivo e per chiunque desideri prevenire infortuni. Dai centri fitness più grandi alle **fitness boutique**, che sappiamo essere un segmento in crescita a livello globale, il successo di questi sistemi si deve anche all'**esperienza coinvolgente** che sono in grado di garantire a chi li utilizza nella propria routine di allenamento. Un **workout immersivo, memorabile, customizzato** sulla base delle esigenze individuali fondato sul valore scientifico del **costante feedback** sulla qualità del movimento in tempo reale garantisce una **reale funzionalità** che è un aspetto indispensabile per evolvere la propria attività, la formazione del proprio team di professionisti e la **competitività della propria palestra**.

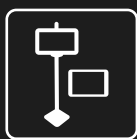
Questi elementi sapranno **distinguere i veri professionisti del movimento** anche in un momento non privo di difficoltà quale quello da cui ci apprestiamo ad uscire.

Non per ultimo questi sistemi costituiscono un concetto innovativo di allenamento e nel contempo di **management** poiché si configurano quali **palestre complete e compatte, in grado di occupare pochissimo spazio**, e dunque investimenti contenuti negli spazi fisici necessari.

È tempo di riprendere con entusiasmo a **muoversi e far muovere le persone**, sfruttando le possibilità che lo sviluppo tecnologico mette a disposizione delle palestre, luoghi che mai come in questo momento, a distanza o meno, garantiscono a molte persone di distogliere l'attenzione dalle preoccupazioni e proiettarsi in quella dimensione di **benessere** che solo il **movimento** può regalare. ■

*Francesco Bonometti*  
Marketing & Communication Specialist  
per TecnoBody.  
[webmarketing@tecnobody.it](mailto:webmarketing@tecnobody.it)

## Scegli **Innline** il futuro del Fitness



Ti forniremo macchinari EMS all'avanguardia, con tecnologia wireless.



Puoi scegliere il modello di business che più si addice ai tuoi bisogni.



Riceverai il nostro pieno supporto business e marketing.



[innlineglobal.com](http://innlineglobal.com)

## Perchè scegliere **EMS training**?

- Favorisce l'ipertrofia
- Riduce il tessuto adiposo
- Migliora la postura
- Fa risparmiare tempo
- È sicuro per la salute
- Usato per anni in fisioterapia

# PERSONAL TRAINER E PALESTRA

## RISORSA DEFINITIVA O SERVIZIO SECONDARIO?



*IL PERSONAL TRAINER RAPPRESENTA LA RISORSA PIÙ IMPORTANTE CHE ABBIAMO ALL'INTERNO DEI NOSTRI CENTRI, MA CHE NON SEMPRE VIENE VALORIZZATA A DOVERE*

**Q**uando si parla di Personal Trainer in palestra si pensa a un servizio che dà valore aggiunto al proprio centro, che permette di distinguersi dal concorrente e che, all'imprenditore, permette ricavi secondari. Troppo spesso però a questa visione, si contrappone la realtà dei fatti che relega il servizio

personal a qualcosa che deve vivere di vita propria e sulla quale alla fine, pochissimi centri investono davvero del denaro per strutturare un progetto concreto, per selezionare i trainer più adatti e garantire loro un'adeguata e continuativa formazione marketing e vendita. Per promuovere il servizio ci si limita a inserire una pagina nel sito della palestra con le foto dei

personal ed il loro "curriculum" di studi e di certificazioni conseguite, lasciando ai trainer l'incombenza dell'autopromozione. I centri meglio organizzati hanno magari ereditato dalle multinazionali qualche soluzione per promuovere i trainer in fase di vendita dell'abbonamento, con un pacchettino di qualche lezione a poco prezzo o addirittura inserendo





## Uptivo LIVE

Online training made real.

Offri ai tuoi iscritti un'esperienza di fitness coinvolgente, sicura e performante anche da remoto, grazie alla sinergia tra videostreaming e telemetria cardiaca.



telemetria  
atleta ↔ trainer



feedback  
immediati



canale musica  
dedicato



classifiche,  
livelli, UPPs

nell'abbonamento una o due lezioni. Siamo una delle pochissime nazioni rimaste che propone l'istruttore in sala con la scheda personale, ma siamo anche uno degli ultimi mercati in termini di fidelizzazione del cliente. Servirebbe rivedere l'approccio a questo servizio che oltretutto rappresenta una risorsa fondamentale per il centro, in grado di garantire ai clienti una maggiore sicurezza durante l'allenamento.

### L'importanza della formazione

Uno dei criteri che ogni imprenditore deve avere è considerare indispensabile poter lavorare con veri professionisti. I personal trainer spesso hanno delle infinite ed importantissime competenze tecniche (e guai se non fosse così), ma spesso nessuna competenza dal punto di vista marketing e vendita. Per questo si ritrovano per anni a fare gli istruttori di sala, fino a perdere la voglia e la motivazione nel fare il proprio lavoro e trasformandosi in brontoloni tipo "So io come bisognerebbe gestire le cose", che cercano continuo sostegno e compassione da parte dei clienti, con il risultato di allontanarli dal centro stesso.

Questo servizio non può essere venduto da nessuno se non dal personal stesso. Quella marketing è una competenza che non si acquisisce se non con lo studio. Bisogna formarsi e studiare: non è l'esperienza in sala che fornisce le competenze di marketing. Queste si ottengono studiando e facendo corsi costantemente. La storia del "Se ci credi fortemente ce la farai" non è più accettabile.

### I costi vanno condivisi con la palestra

È responsabilità dell'imprenditore assicurarsi che i propri trainer seguano un percorso di formazione personale. Almeno all'inizio e relativamente alle abilità che servono per poter valorizzare il servizio nel contesto in cui si sta operando. Bisogna progettare la proposta e la vendita del servizio personal nel proprio centro: definire ogni aspetto del sistema, dal listino alla

reportistica, dai servizi venduti alla formazione del responsabile tecnico che deve gestirne il funzionamento, fino alla scelta dei profili più adatti a intraprendere questo percorso. Da personal trainer quale sono, so bene le resistenze da parte dei tecnici quando si parla di marketing e vendita, come se imparare ad avere più clienti non fosse importante tanto quanto far ottenere loro dei risultati. La formazione tecnica è fondamentale, e su questo non si discute. Ma se non sono in grado di acquisire nuovi clienti ogni giorno, o aspetto che a vendere il servizio sia qualcun'altro per me, allora non potrò mai lamentarmi se non otterrò quello che potrei sia dal punto di vista economico, sia professionale. L'imprenditore deve pretendere e organizzare la formazione del proprio staff. Il Personal deve comprendere che al giorno d'oggi se non si ha questo tipo di competenze allora difficilmente si otterranno risultati.

Lamentarsi del collega che non ha nessuna certificazione o diploma, ma ha l'agenda piena, non aiuta a migliorarsi. Magari il collega, pur non avendo seguito un percorso di studi accademico, ha semplicemente scelto di lavorare su una specifica nicchia o si è formato sulla vendita. Bisogna invece pensare a quanto potresti avere successo se, oltre ad avere la competenza tecnica, avessi competenze specifiche di lead acquisition. Sicuramente il successo sarebbe maggiore.

### Più ricavi dal servizio Personal Trainer

L'imprenditore che pensa al personal non può pensare di avvantaggiarsi del servizio in funzione della percentuale che trattiene da quel trainer. Questa è una visione limitata del business. Il titolare del club deve pensare a quanti clienti in più potrà fidelizzare se i suoi personal saranno motivati a lavorare nel suo centro e a seguire molti più clienti del solito. L'unica figura in grado davvero di fidelizzare i clienti è proprio quella del personal trainer. Mi capita spesso di sentire di trainer che si portano i clienti a casa e tolgono quindi guadagno alla palestra. Poi scopro

che si fanno un mazzo così per prendersi clienti perché non hanno un sostegno e nessuna formazione, e in più il titolare si trattiene buona parte del valore della lezione (invece che valorizzarli e premiarli): il risultato è un cliente perso per la palestra. Non è sulla lezione del personal che la palestra guadagna, ma su quanti abbonamenti in più il personal sarà in grado di far rinnovare. Il business della palestra sono gli abbonamenti, non i pacchetti one-to one.

Il servizio personal deve permettere ai trainer di guadagnare bene, fidelizzarsi alla struttura e di conseguenza fidelizzare il cliente a rinnovare l'abbonamento. La strategia deve essere orientata a far utilizzare questo servizio dalla maggior parte dei clienti che però devono ovviamente essere iscritti al centro. Deve essere un servizio per i clienti, non per ospiti esterni che genererebbero poco margine reale di ricavi per il centro.

Questo servizio però va progettato, incentivato, promosso nella maniera corretta, ma soprattutto è fondamentale che i trainer sia formati correttamente e il centro sia strutturato per supportare questa visione e questo modello di business.

Chi avrà questa visione nel breve periodo e sarà veloce a lavorare su questo modello di business, potrà ripartire facendosi trovare pronto alle diverse richieste del mercato. Richieste e modelli che verosimilmente diventeranno parte stabile di molti centri.

È un'occasione più unica che rara per rivedere il proprio modello di business e proiettarlo a un livello superiore.

Serve però la giusta visione e il coraggio di cambiare uscendo dalle solite regole del gioco. ■

### Corrado Pirovano

Laureato in Scienze Motorie, si occupa di personal training dal 1995 e oggi è consulente di diversi Personal e studi. Autore del libro *Personal Trainer Marketing*, è l'ideatore del primo percorso di formazione marketing per Personal Trainer. [info@personaltrainermarketing.it](mailto:info@personaltrainermarketing.it)



# CORSI

# FAD

## Formazione a Distanza

- Libri di testo
- Video Lezioni
- Slide
- Accesso a Gruppo Privato su Facebook
- Sessione privata con Tutor
- Interazione tramite email con il Tutor
- Rilascio del Diploma Nazionale EPS CONI e della certificazione NonSoloFitness
- Rilascio del Tesserino Tecnico EPS CONI e Tesserino "Trainer Certificato"
- Inserimento nell'Albo degli Istruttori e dei Tecnici + inserimento nella Banca Lavoro del Fitness



## scegli il tuo corso

### PERSONAL TRAINER

PERSONAL TRAINER • II LIVELLO

PERSONAL TRAINER • III LIVELLO

ISTRUTTORE FITNESS E BODY BUILDING

ISTRUTTORE FITNESS E BODY BUILDING • II LIVELLO

ISTRUTTORE GINNASTICA POSTURALE

ISTRUTTORE GINNASTICA POSTURALE • II LIVELLO

ISTRUTTORE GINNASTICA POSTURALE • III LIVELLO

ANALISI DELLA POSTURA

ISTRUTTORE HATHA YOGA PER IL FITNESS

ISTRUTTORE HATHA YOGA PER BAMBINI

ISTRUTTORE PILATES

ISTRUTTORE PILATES CON PICCOLI ATTREZZI

ISTRUTTORE PILATES POSTURALE

ALIMENTAZIONE E INTEGRAZIONE SPORTIVA

ISTRUTTORE ALLENAMENTO FUNZIONALE

MENTAL TRAINING E FITNESS

BIOMECCANICA DEGLI ESERCIZI FISICI

ISTRUTTORE ALLENAMENTO IN SOSPENSIONE

ISTRUTTORE HIIT

ISTRUTTORE ALLENAMENTO FEMMINILE

ISTRUTTORE AEROBICA E STEP

ISTRUTTORE TOTAL BODY

GET! INSTRUCTOR

ISTRUTTORE FITNESS PER BAMBINI

ISTRUTTORE FITNESS PER LA TERZA ETÀ

OPERATORE TAPING POSTURALE E SPORTIVO



[www.nonsolofitness.it/corsi-fad](http://www.nonsolofitness.it/corsi-fad)



06 40403925

# PAVIMENTI PER PALESTRA E SALA PESI SCEGLIERE IL TIPO IDEALE



SCEGLIENDO IL MATERIALE GIUSTO, SI PUÒ UNIRE DURABILITÀ NEL

TEMPO CON LA MASSIMA SICUREZZA DEGLI ISCRITTI CHE FREQUENTANO IL CENTRO

**Q**uando si tratta di scegliere il **miglior pavimento**, si deve porre massima attenzione e individuare bene lo **scopo dell'ambiente** in cui s'intende installare il rivestimento.

Questo perché un locale come una palestra, sala pesi, box di CrossFit o centro sportivo possiede aree con **esigenze molto diverse tra loro**.

Ci sono locali più esposti agli impatti, altri con grande afflusso di persone e altri ancora sono soggetti a umidità di risalita.

Per questa ragione è necessario tener conto di imprescindibili priorità oltre, ovviamente, all'estetica: la sicurezza del cliente, **la capacità di assorbimento degli impatti, il confort, l'attrito superficiale, la planarità, l'isolamento termoacustico e la resistenza del materiale e, non per ultimi, la facilità di manutenzione e pulizia.**

## I criteri di scelta

Innanzitutto, bisogna capire lo spettro delle prestazioni offerte.



Che si tratti di una palestra classica con varie tipologie di corsi, di una specifica, è essenziale applicare un **rivestimento adatto a ogni scopo**. E non solo nelle sale dedicate alle attività di cui stiamo parlando: è infatti necessario considerare anche gli ambienti come spogliatoi e aree umide, corridoi e altri ambienti di circolazione. Tutti richiedono un'attenzione particolare non solo per la sicurezza dei clienti, ma anche per fattori come durata, estetica e salubrità.

*Facile manutenzione e applicazione:* essenziale per due motivi: il primo perché le palestre sono luoghi di grande circolazione quindi il pavimento deve essere realizzato con un **materiale facile da pulire**. In

secondo luogo, perché consente di cambiare layout degli ambienti: in caso di sostituzione o restyling il pavimento si deve **rimuovere facilmente e per applicarne uno nuovo senza rovinare la base sottostante**.

*Estetica:* un ambiente di design richiama molto di più che uno lasciato al caso. La vostra palestra dev'essere **accogliente e motivante** sia per i nuovi iscritti, sia per quelli che già la frequentano! L'occhio vuole la sua parte è inutile negarlo.

*Sicurezza:* è il **fattore fondamentale da considerare**, qualunque sia l'ambiente della palestra. Il benessere dei clienti è la prima cosa da tenere in mente.

# EVOLUTIONFIT

 TeamSystem®

## Software Cloud e APP per l'allenamento dei tuoi clienti

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



### Scopri Gymnius

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

Contattaci su:

✉ [evolutionfit@evolutionfit.it](mailto:evolutionfit@evolutionfit.it)

🌐 [www.evolutionfit.it](http://www.evolutionfit.it)

📘 @evolutionfitPRO

☎ +011 9012143

Richiedi la tua DEMO GRATUITA su [www.evolutionfit.it](http://www.evolutionfit.it)



### Quale rivestimento utilizzare a seconda dell'ambiente

#### ► Pavimento per sala pesi o box di CrossFit

Il pavimento più adatto per questi ambienti è, senza dubbio, il **pavimento gommato**. Questo perché quando si effettuano determinati allenamenti, il pavimento soffre costantemente **l'impatto dei pesi**, che spesso vengono lasciati cadere dagli allievi; **più grande è lo spessore, maggiore è la capacità di attutire** gli urti e ridurre il rumore causato. Esistono sul mercato una grande varietà di gomme, quelle più utilizzate sono le **SBR** ovvero, **quelle provenienti da vecchi pneumatici riciclati**. Grazie a un moderno processo di riciclaggio, questi vecchi scarti diventano materiale di prima scelta per le palestre. Questi sono completamente atossici, antiscivolo, facili da pulire e da mantenere e con un'eccezionale durabilità. I costi sono **relativamente contenuti e ovviamente variano a seconda dello spessore, delle dimensioni dell'area di applicazione e del tipo di gomma scelta**.

#### ► Pavimento per sala aerobica

In questo ambiente la cosa più importante è che il pavimento sia **antiscivolo e che assorba l'impatto durante gli esercizi**

**aerobici**. L'obiettivo principale è **prevenire gli incidenti** dato che il rischio di cadute accidentali è alto. Per questa ragione, anche qui è consigliabile l'uso dei **pavimenti gommati**, dato le loro innumerevoli qualità: in questo caso si può optare per uno spessore minore di quello usato in sala pesi. Un'altra opzione da considerare è quella dei **pavimenti in vinile**. Altamente resistenti, antiscivolo, antitrauma e confortevoli. Il loro costo può variare sensibilmente: sono a disposizione ottimi pavimenti in vinile a prezzi molto convenienti e adatti a qualsiasi budget.

#### ► Pavimento per sala yoga, pilates o danza

Se la vostra palestra è dedicata ad attività come danza, yoga o pilates, si consiglia l'uso di pavimenti più "soffici". Questo perché gli allievi praticando questi sport entreranno molto a contatto fisico con il pavimento, per cui serve qualcosa che dia maggiore stabilità e confortevolezza. Una buona alternativa in questi casi è il **legno PVC o il laminato**, che rende l'ambiente più accogliente senza mai dimenticare la massima sicurezza e accuratezza estetica.

#### ► Pavimento per sport da combattimento

Palestre specializzate in sport da combattimento hanno bisogno

di un **rivestimento idoneo**. Gli allievi di queste discipline saranno fortemente soggetti a cadute e proiezioni, pertanto restano validissimi i buoni e vecchi tatami: possono essere di vario spessore, con i più utilizzati da 30/40 mm. Fanno eccezione le palestre di boxe o capoeira; in questi casi infatti, l'opzione che restituirà le maggiori performance, sarà di scegliere una superficie più simile a quella delle lezioni di ginnastica.

#### ► Pavimenti per aree comuni

Questa è l'opzione che fornisce la maggiore gamma di possibilità in quanto non è necessario scegliere alcuna superficie specifica. La scelta però deve ricadere in pavimenti che siano **durevoli, facilmente manutenibili e lavabili**. Pavimenti in vinile o quelli laminati sono un'ottima opzione poiché sono piacevoli alla vista che molto facili da tenere puliti.

#### Requisiti irrinunciabili

La qualità dei materiali deve garantire nel tempo la **planarità del pavimento**, non dando luogo a ritiri, gibbosità, scheggiature, sconnessioni o fessurazioni. Fondamentale è la continuità, che consente di evitare qualunque ostacolo al moto.

#### Qualche consiglio

La superficie sportiva deve essere **opaca ma non troppo scura** e, nello scegliere i colori, è necessario tenere presente che la luce artificiale ne modifica l'intensità: le lampade a incandescenza intensificano i toni caldi mentre quelle al neon accentuano le predominanti fredde di verdi, azzurri e grigi.

Chiedete al posatore di lasciarvi una piccola scorta di materiale da poter utilizzare nel caso di riparazioni o sostituzioni, mettendovi al riparo dall'effetto "fine serie". ■

#### Barbara Bier

Responsabile social del magazine *CrossMag* e curatrice dei contenuti per il sito [www.giwa.it](http://www.giwa.it), specializzato in pavimentazioni sportive e per il CrossFit.



# NUOVA LINEA IT 9000

## € 1.280,00\*

Scopri gli  
oltre 30 modelli  
disponibili tutti a € 1.280,00\*  
Molte combinazioni di colore!  
\*Iva e trasporto esclusi



## € 1.990,00\*

Possibilità di NOLEGGIO OPERATIVO



### M1

44\*165 Area di corsa  
84,5\*178 Area Ingombro  
**AUTOALIMENTATO**



### M9

15.1 TV TFT  
Motore 3HP  
0.0 – 18.0 %  
1.0 – 20.8 kmh  
58\*160 Area di corsa  
103\*196 Area Ingombro  
**MONITOR TOUCH SCREEN**



# NUOVA LINEA IT 6000

## € 980,00\*

Scopri gli oltre 30 modelli disponibili  
tutti a € 980,00\*  
Molte combinazioni di colore possibili!  
\*Offerta con IVA e trasporto esclusi  
Offerta soggetta a condizioni e restrizioni

Cardiaca Srl Unipersonale  
[info@cardiaca.it](mailto:info@cardiaca.it)  
Info 328.8773385



# MOBILE FITNESS EXPERIENCE

COME SVILUPPARE  
NUOVI CLIENTI  
ATTRAVERSO  
IL MOBILE  
MARKETING

ESPERIENZIALE

**N**el mio percorso personale di consulente marketing, 25 anni di lavoro sul campo nel settore fitness, ho sempre inteso la parola marketing come un dogma, un punto fermo sul quale far ruotare le leve strategiche della pianificazione commerciale e gestionale delle piccole e medie imprese.

## L'evoluzione del marketing

Il marketing 25 anni fa era fondamentalmente quello definito da Kotler, quello delle quattro P: *Product* (Prodotto); *Price* (Prezzo); *Place* (Distribuzione) e *Promotion* (Promozione), quello studiato sui libri all'università. Questi concetti si sono evoluti nel tempo: dal marketing tradizionale si è passati a quello digitale, dove il ruolo principale è stimolare l'azione e il passaparola, attraverso la condivisione di esperienze. Prima il prodotto/servizio era al centro dell'attenzione, **oggi l'esperienza del cliente è la leva di marketing principale**, sulla quale basare la condivisione e la possibilità di attrarre nuovi clienti.

Le domande da porsi sono: Quali esperienze posso far vivere ai miei potenziali clienti?

Sono una palestra, sono un trainer, quale esperienza devo proporre per avvicinare il mio target? Perché si devono affidare a me?



Fino a 20 anni fa, per cercare informazioni sulle attività delle palestre occorreva recarsi sul posto, vedere il luogo e conoscere i prezzi. Oggi, ci si informa prima sul Web e generalmente si fa una prima scelta, che però va tramutata in esperienza: il momento della verità. Spesso le palestre distribuiscono guest pass cartacei che danno la possibilità di fruire di un giorno o una settimana di prova. In realtà quello che conta oggi è offrire un'esperienza unica che va vissuta per più giorni possibilmente protocollata con un programma ben preciso.

## La #fitnessexperience

Il Marketing esperienziale fa leva sulla sfera emotiva del consumatore per creare un legame personale e

duraturo con il brand. La mossa giusta sarà dunque presentare e far vivere il servizio in una esperienza unica, raccontando sé stessi, facendo fruire esperienze attraverso processi e persone in grado di conquistare la mente e il cuore dei nostri consumatori. Non è tanto importante vendere abbonamenti ma vendere "fitness experience": creare esperienze che legano il consumatore al centro sportivo ed aumentare così l'interesse e la fedeltà ai suoi servizi.

Ma come si vende l'esperienza? Il marketing esperienziale funziona se è realizzato con una precisa pianificazione. Un centro fitness ha la necessità di creare esperienze che hanno significato per i clienti attuali e potenziali. Possono essere





# X FEST



LA NUOVA GAMMA  
DI ALTOPARLANTI AMPLIFICATI  
IDEALI PER IL LAVORO,  
L'INTRATTENIMENTO  
E IL TEMPO LIBERO

DAGLI SPEAKER TROLLEY  
POTENTI E VERSATILI CON EFFETTI DJ  
ALLE CASSE PORTATILI CON LUCI MULTILED  
E BATTERIE RICARICABILI

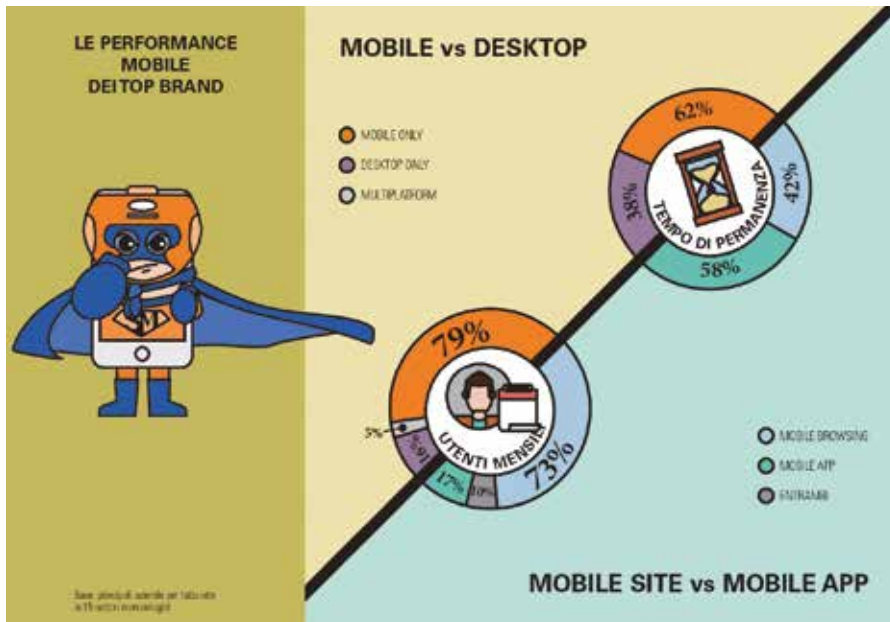


Puoi trovare i nostri prodotti nei negozi specializzati,  
nelle insegne della grande distribuzione e nei negozi online

Per scoprire il punto vendita a te più vicino scrivi a  
[vendite@trevi.it](mailto:vendite@trevi.it) oppure chiama il numero 0541.756420



[trevi.it](http://trevi.it)



create occasioni che permettono di raccogliere ulteriori dati (lead) per definire gli appuntamenti successivi e sviluppare campagne di marketing esperienziale sempre più rilevanti e personalizzate. Gli eventi, come open week o il mese del benessere, vanno promossi anche sul Web e sui canali social: le piattaforme social consentono di estendere la portata delle campagne pubblicitarie rendendole virali e permettono ai clienti di condividere con gli altri la propria esperienza, soprattutto attraverso lo smartphone.

Come dimostrano i dati dell'Osservatorio Mobile B2c Strategy del Politecnico di Milano, **il Mobile commerce vale il 40% del totale eCommerce B2c italiano e il Mobile advertising il 52% dell'Internet advertising.** In questo scenario lo smartphone è diventato lo strumento principe, un mezzo dalle mille potenzialità anche all'interno del centro sportivo, aiutando il personale del brand a "entrare in empatia" con il cliente per facilitare e orientare la scelta, accompagnandolo e assistendolo durante la visita del centro e supportandolo nella fase di acquisto.

### L'esempio di un caso reale

In questo ambito porto spesso l'esempio di un club che ha sviluppato una promozione durata

2 mesi con l'obiettivo di metter in forma il territorio circostante attraverso un coupon digitale in formato mobile, che dava la possibilità di utilizzare 10 ingressi omaggio nell'arco di 30 giorni a partire dall'attivazione, pagando solo le spese di iscrizione. Pertanto nella comunicazione, attraverso un contenuto nativo mobile, nello specifico uno storytelling che rimandava a una landing page (una pagina Web specificamente strutturata che si raggiunge dopo aver cliccato un link), veniva proposto non un abbonamento mensile, ma un'esperienza di fitness da utilizzare in un mese, protocollata da 10 ingressi, nei quali l'experience era unica, con regole specifiche e kit di benvenuto. È stata ideata così perché si rivolgeva soprattutto a persone mai iscritte al club. Ogni ingresso era finalizzato a provare diversi ambienti e servizi del club, dalla sala attrezzi alla spa, dai corsi, alla piscina. In questo modo il cliente viveva una esperienza diversificata su più giornate in modo da percepire la qualità e il valore del servizio. Fondamentale è stata la compatibilità con i dispositivi mobili, grazie alla condivisione diretta che i clienti e lo staff della struttura divulgavano quotidianamente nelle loro liste WhatsApp.

Questa azione ha permesso di attivare 150 nuovi coupon con nominativi profilati, cioè persone che hanno chiesto di essere contattate, con nome e cognome, mail e numero di telefono, per attivare l'esperienza. Chi ha sottoscritto un abbonamento annuale entro i 30 giorni ha potuto godere di uno sconto del 30%. **A fine periodo 60 nuovi clienti,** mai iscritti precedentemente, hanno sottoscritto un abbonamento di valore medio di 450 euro per un totale di 27.000 euro. Quindi a fronte di una spesa minima, circa 100 euro di sponsorizzazione sui social, la viralità del contenuto ha permesso un grande introito di nuova clientela che altrimenti non si sarebbe avvicinata al centro senza questa operazione. Questo grazie alla experience di queste persone che hanno condiviso il link attraverso i propri contatti personali.

### Il futuro

L'experience sarà determinante anche in nuovi contesti economici (post Covid-19). Quello che ha funzionato nell'ultimo anno, potrebbe però non funzionare nel prossimo: la vostra proposta include quell'elevato valore esperienziale che rende ciò che proponete abbastanza convincente da spingere i potenziali clienti ad agire nel contesto economico attuale e in quello in cui ci ritroveremo a breve? È chiaro oggi qual è il tuo valore univoco e differenziante? Occorrerà comunicare esperienze basate su protocolli di sicurezza; sanificazione ambienti; valore sociale dell'attività fisica; prevenzione salute e innovazione tecnologica con particolare attenzione alla multicanalità. ■

### Marco Magnani

Laureato in marketing alla Bocconi, consulente nel settore fitness da più di vent'anni. Ha creato *BewellnessBlog*, blog dedicato all'innovazione nel settore del wellness e sviluppa progetti di *inbound marketing* e *lead generation* per centri fitness. [m.magnani@bewellness.net](mailto:m.magnani@bewellness.net)

Con noi **i tuoi spazi** sono **protetti**

VEDI TUTTE LE ALTRE PROPOSTE "SICUREZZA E IGIENIZZAZIONE" SU FULLSPORT.IT



### Termocamera

#### Ingresso Garantito

Controllo temperatura e presenza mascherina interfacciabile con database esterni e tornelli di sicurezza.

### Leo

#### Distanze garantite

Tramite avvisi sinottici.



Soluzioni  
Certificate e  
**Detraibili**  
al **50%**

[WWW.FULLSPORT.IT](http://WWW.FULLSPORT.IT)



**SHAPENESS**  
- IL BENESSERE IN FORMA -

IL TUO ALLENAMENTO  
AI TUOI CLIENTI  
IN UN'UNICA APP

TRAINER  
TUO LOGO  
YOUTUBE  
DIRETTE  
STREAMING



TEST ADIOMETRICO/MUSCOLARE  
ALIMENTAZIONE PERSONALIZZATA

**FIT&FOOD**

NOTE  
GIORNALIERE  
LISTA  
SPESA  
DIARIO  
ALIMENTARE

[WWW.SHAPENESS.IT](http://WWW.SHAPENESS.IT)

Tel. 030 21 91 564

# PRONTI, PARTENZA...VIA! FUNZIONERÀ PROPRIO TUTTO?



OGGI TUTTA  
L'ATTENZIONE  
È INDIRIZZATA  
SUL COME  
POTER APRIRE

IN SICUREZZA E A  
NORMA, MA QUALCUNO  
SI È DOMANDATO SE AL  
MOMENTO DI ALZARE  
L'INTERRUTTORE  
GENERALE FUNZIONERÀ  
TUTTO A DOVERE?

**P**er chi ha attrezzature isotoniche e soprattutto cardiovascolari nei propri centri consiglio di fare un check sul singolo attrezzo prima di farlo utilizzare dai clienti, per evitare “figuracce” e fermi macchina nel primo giorno o in quelli successivi all’apertura. Vediamo allora alcuni consigli pratici per capire se tutto funziona o bisogna intervenire nella manutenzione ordinaria e/o straordinaria.

## Isotoniche

Sicuramente il fermo di due mesi o più non implica molto sulla loro funzionalità, vi consiglio però di controllare le **aste di scorrimento** dei pesi, i leveraggi



e snodi, per capire se è il caso di una pulita e soprattutto una bella lubrificazione. Per far scivolare meglio il pacco pesi ed evitare cigolii strani, utilizzate i prodotti idonei, possibilmente non Svitol o similare, che tengono ad asciugare troppo rapidamente, oltre a una pulita generale dalla polvere eventualmente accumulata.

## Attrezzi cardiovascolari

Vediamo cosa controllare per **bike treadmill, step, ellittiche** ecc, che hanno caratteristiche diverse.

Per gli attrezzi autoalimentati, cioè quelli che non hanno cavi di corrente attaccati direttamente, si accendono e funzionano appena iniziamo l’esercizio, controllate che funzionino tutte perché se sono ferme da molto tempo, c’è il rischio che la batteria tampone, magari un po’ datata, sia scesa di voltaggio e non abbia abbastanza “energia” per far ripartire la macchina. In questo caso se non si accende nulla, prima cosa da fare è controllare la tensione della batteria che si trova all’interno

della scocca. Per queste tipologie di macchine può anche capitare, che l'attrezzo si accenda ma "sfarfalli" il display, oppure che scompaia tutto appena ci si ferma: anche in questo caso è molto probabile che il problema sia dato dalla batteria. Molti di questi attrezzi hanno un jack che permettono di ricaricare le batterie con alimentatori dedicati, di solito forniti con l'acquisto dell'attrezzo, è però molto probabile che con il tempo si siano smarriti o che li abbiate buttati non ricordando più cosa fossero, come è successo al mio amico Nicola, redarguito dopo la sua frase "Erano lì da un sacco di anni e lo ho buttati". Un consiglio pratico: non fate come la maggior parte dei centri che "butta" accessori, ricambi, manuali, libri di manutenzione, come rifiuti in un locale tecnico o in un sottoscala buio e nascosto; quando poi serviranno dovrete spendere un "quid" in più, rispetto all'assistenza richiesta, oltre al fatto che dovete tenere fermo l'attrezzo per giorni. Gli alimentatori sono spesso simili, ma è sufficiente attaccare un'etichetta, eventualmente anche sul cavo, per segnare a quale macchina appartiene.

### Treadmill

**Tappeti, tapis roulant** o come siete abituati a chiamarli, dopo un fermo prolungato vi consiglio di controllare sotto al nastro prima di utilizzarlo, verificate se la **lubrificazione** è sufficiente o se necessario farla, prima però una bella pulizia generale, magari aprendo anche il cofano motore, sarebbe auspicabile. Mi raccomando non eccedete nella lubrificazione alla prima applicazione, piuttosto fate due o tre applicazioni in momenti diversi utilizzando il tappeto nel frattempo per evitare accumuli in determinate zone o ancor peggio sporcare per fuoriuscita del lubrificante. Per quanto riguarda **vogatori, scale, step** etc, verificate la funzionalità e che non ci siano **cigolii strani** è facile che questo fermo prolungato abbia reso



necessaria una messa a punto. Sappiamo tutti che le nostre palestre per la maggior parte delle volte hanno attrezzi molto vicini per sfruttare al meglio spazi e ingombri, purtroppo nella fase di riapertura al pubblico ci sarà da verificare se le distanze tra un utente e l'altro saranno idonee. Nel caso di spostamento delle attrezzature, vi consiglio di sfruttare l'occasione per un riposizionamento andando a vedere quelle più utilizzate e sfruttate (specialmente per le attrezzature cardio) per ridistribuirle in modo da ri-bilanciarne l'utilizzo e non accumulare ore di servizio sempre sulle stesse. Un altro accorgimento importante, nel caso dobbiate **spostare i treadmill**, è quello di verificare le prese dove andrete a collegarli: sono idonee? Mi raccomando evitate deviatori, ciabatte o prolunghe strane, sono illegali e pericolose!

### Pulizia costante

**Disinfezione, pulizia, igienizzazione:** qui si apre un capitolo delicato, quello che vi posso dire con certezza è che sulle zone di contatto come impugnature e appoggi, o sul telaio degli attrezzi **non è un problema igienizzare** perché sono materiali già predisposti a questo. Anche prima

della pandemia era buona norma, finito l'esercizio, utilizzare carta e detergente per pulire l'attrezzo usato. Oggi non cambia molto rispetto a prima, tanto più se c'è la buona norma che la sanificazione la esegue chi smonta dall'attrezzo. Chi inizia l'esercizio sull'attrezzo può farlo comunque di nuovo, senza problemi, l'importante è che il liquido disinfettante non venga spruzzato direttamente su parti elettroniche sensibili come display o altro. Per queste zone bisognerebbe spruzzare il disinfettante sulla carta e poi passarlo sulla zona interessata. Sicuramente abbiamo voglia tutti di riprendere le nostre attività e abitudini, lo faremo anche se in modo diverso, d'altronde siamo Italiani e siamo abituati a trovare soluzioni: se i romani hanno portato l'acqua corrente a Roma, Leonardo ha inventato l'elicottero e il palombaro, volete non trovare una soluzione a un virus così "piccolo"? ■

### Glauco Grassi

Fondatore di Fullsport. Creatore nel 1999 di una delle prime reti di assistenza tecnica dello Spinning. Formatore e consulente Tecnico (I.S.E.F. statale di Milano) con l'abilitazione dei principali marchi del fitness mondiale.  
[glauco@fullsport.it](mailto:glauco@fullsport.it)

# RIPARTIRE? CERTO! COME? CON SHAPENESS

**R**ipartire con il “piano” giusto è il buon auspicio che ci si augura dopo un fermo o una battuta d’arresto, noi di Shapeness in questi mesi, oltre ad aver affinato il protocollo per la ripartenza e l’erogazione di piani alimentari, test adipometrici e muscolari, sempre più richiesti dai nostri centri affiliati, abbiamo introdotto anche le **schede di allenamento personalizzate**, tutto questo su un’unica app. Guardando il bicchiere mezzo pieno, il periodo del lockdown, ci ha permesso di finire un’implementazione, che sarebbe uscita non prima del 2021, ma che oggi è realtà, che mette in campo iniziative uniche e agevolazioni per chi vuole diventare centro affiliato. Shapeness crede nei veri professionisti del settore ed è per questo che diamo la possibilità di aprire e sviluppare con noi il protocollo di tutti i servizi, dove **l’investimento iniziale lo azzeriamo noi**, andando a guadagnare dal primo mese di lavoro.

## Un aiuto concreto per i nostri affiliati

In concreto offriamo alle palestre e centri personal la possibilità di usare un **ecografo** per fare **misurazioni muscolari** (quantità e qualità) e **test adipometrici** (misuriamo in mm quanta “ciccia” c’è) che assieme a un’anamnesi completa, permetterà al nostro staff di professionisti di redige il **piano nutrizionale mensile** personalizzato e specifico: finalizzato al dimagrimento, alla tonificazione, alla ipertrofia e per imparare a mangiare meglio. PS: non chiamateci chiedendo se facciamo la dieta delle banane, dei dinosauri o del canguro, siamo dei professionisti con alle spalle medici e nutrizionisti iscritti ai relativi albi professionali.

La nuova funzionalità permette inoltre di avere sulla stessa app, la scheda di allenamento del cliente, sulla quale, oltre al diario di allenamento, si potranno vedere le evoluzioni, ed il cliente potrà modificare in autonomia le serie e le ripetizioni effettivamente effettuate affinché il trainer possa in tempo reale controllarle. In tutto questo, il cliente sarà aiutato dai link nella scheda che punteranno a video da Voi realizzati, a video-lezioni (singole o di gruppo) per rimanere vicini anche mantenendo il distanziamento sociale!



- Un Programma completo per indirizzare i tuoi clienti verso il Benessere Totale
- Un Acceleratore di Business
- Un ulteriore innalzamento qualitativo delle Prestazioni
- Scopri i numerosi Vantaggi offerti dal nostro programma e unisciti ai Centri che hanno già aderito!

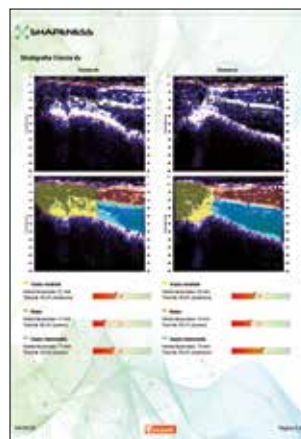
www.shapeness.it  
E-mail: info@shapeness.it / Tel. 0302191564

## Offriamo opportunità di crescita

Tutto ciò ti permetterà di effettuare marketing a distanza, di fidelizzare i clienti, e di crearne dei nuovi, oltre al fatto di impostare una nuova modalità di lavoro qualificata e bidirezionale che potrà essere mantenuta anche una volta superata l'emergenza.

Non aspettare oltre, richiedi una demo o un webinar gratuito e personale per capire se sei tra i professionisti che possiamo aiutare nella ripartenza e riprogettare assieme a noi il settore del fitness.

*Approfondimento di Glauco Grassi.*



  
**SHAPENESS**

Puoi contattarci:  
tel +39 0302191564  
[www.shapeness.it](http://www.shapeness.it)  
[info@shapeness.it](mailto:info@shapeness.it)

# DISTANZIAMENTO SOCIALE, ALLENAMENTI DA CASA, INGRESSI LIMITATI NASCE UPTIVO LIVE!

Il settore del Fitness si dovrà abituare a una realtà che imporrà nuove regole, nuovi riferimenti, nuove metodologie di allenamento ancora per molto tempo. Le soluzioni "tamponate" adottate finora, quali video registrati in streaming o dirette sui social, non colmano la distanza imposta dall'allenamento da remoto poiché non offrono effettivi riscontri sullo **sforzo** dell'atleta e la sua **frequenza cardiaca**.

Dalla sinergia tra video streaming e telemetria cardiaca nasce **Uptivo LIVE**, piattaforma studiata per offrire ai clienti un'esperienza di fitness sicura, coinvolgente e performante, garantendo uno scambio **bi-direzionale** di informazioni tra trainer e atleta, che permette il monitoraggio in **tempo reale** delle zone cardiache di allenamento, delle calorie bruciate e dei punti Uptivo guadagnati.

**Uptivo LIVE** permette di creare sessioni di allenamento online fino a **50 partecipanti** e soddisfa le esigenze di group training, small group e lezioni personal, poiché rende il cliente libero di scegliere dove allenarsi (a casa propria o al parco) senza rinunciare a un servizio professionale e di qualità, proprio come in palestra.

La fase di convivenza con il virus pone le palestre davanti a un'ulteriore sfida, quella della riapertura, fatta di misure preventive e **ingressi contingentati**. Una difficoltà oggettiva mitigata dalla combinazione tra **Uptivo LIVE** e i ricevitori Uptivo installati in palestra, che danno la possibilità di affiancare i clienti in streaming



da remoto con i gruppi di lavoro presenti in palestra, tracciando le prestazioni di ciascuno dei partecipanti in contemporanea.

**Uptivo LIVE** presenta un'interfaccia **user-friendly**, di facile utilizzo sia per il trainer, sia per l'atleta. Tramite la piattaforma, il trainer ha a sua disposizione tutte le informazioni necessarie per incoraggiare gli iscritti, dare feedback sulle sessioni sostenute e proporre nuove attività per raggiungere gli obiettivi di fitness. Nella stessa piattaforma, sono disponibili funzionalità che rendono la comunicazione tra club e cliente immediata e personalizzata.

La piattaforma, sviluppata per rendere l'esperienza di

allenamento da remoto motivante e coinvolgente come all'interno del club, presenta diversi strumenti volti alla **gamification** – classifiche, punti e livelli – che contribuiscono alla **creazione di una community fidelizzata**.

I cardiofrequenzimetri toracici e da braccio della **gamma Uptivo** permettono di rendere unica la propria offerta e di adattarla a qualunque tipo di allenamento.

**UPTIVO**<sup>®</sup>  
MATTER OF INTENSITY

Per informazioni:  
[www.uptivo.fit](http://www.uptivo.fit)  
[info@uptivo.fit](mailto:info@uptivo.fit)

# PaviFLEX: PAVIMENTAZIONI IGIENICHE DI ALTISSIMA QUALITÀ PER PALESTRE

## Strutture Covid-19 free

Tutte le nostre strutture e linee di produzione sono state debitamente sanificate da un'azienda autorizzata e manteniamo attivi i protocolli quotidiani di pulizia e sanificazione ventilando regolarmente le aree di lavoro oltre ad utilizzare generatori di ozono. Attrezzature, macchinari e postazioni di lavoro sono stati riposizionati per garantire il distanziamento come misura preventiva.

## Proteggiamo le nostre attrezzature

Al nostro team sono state fornite visiere di protezione facciale prodotte con EVA premium di PaviFLEX, oltre ad altri dispositivi di protezione individuale come guanti, mascherine e distributori di gel disinfettante per ogni postazione di lavoro.

Tutte le nostre fabbriche e magazzini sparsi nel mondo sono operativi e producono al 100%, inviando la merce ai nostri clienti; garantiscono la consegna sicura per mezzo di imprese di trasporti di prestigio mondiale, in regola con tutte le norme sanitarie internazionali in materia di trasporto.

## Pavimenti disinfettati

I nostri pavimenti sono certificati CE e sono disinfettati sin dalla linea di produzione per garantire che siano privi di virus. I nostri prodotti sono senza formammide, senza PAH e certificati a bassa emissione di composti organici volatili. Sono conformi ai requisiti delle normative internazionali.



Tutti i prodotti PaviFLEX, compresa la linea ECO, sono realizzati in gomma vergine compatta, in modo che acqua, liquidi o sudore non penetrino in essi, evitando cattivi odori. Sono impermeabili al 100%, facili da pulire e disinfettare. I nostri pavimenti sono resistenti ai batteri, quindi inibiscono la crescita di microrganismi. Non utilizziamo composti animali nei nostri prodotti o processi di produzione.

## Consegne sicure

Garantiamo una consegna sicura di tutti i nostri prodotti, questi sono confezionati in imballaggi chiusi per garantire la massima protezione al momento della consegna.



**PaviFLEX**  
PAVIMENTI PER PALESTRE

Per informazioni:  
tel +39 0571 260843  
[italia@paviflex.es](mailto:italia@paviflex.es)  
[www.paviflex.it](http://www.paviflex.it)



# ALLA RIAPERTURA LE PALESTRE TROVERANNO UNA CLIENTELA CAMBIATA

**I**nutile soffermarsi sugli enormi danni economici che questa pandemia del coronavirus ha portato con sé, andiamo invece ad analizzare chi si presenterà alla porta del centro fitness, dopo la riapertura, sotto il profilo sociale ed emotivo.

Questi mesi hanno sicuramente incentivato positivamente l'abitudine ad allenamenti a orari differenti e all'utilizzo dei sistemi digitali e in video, abbandonando quindi temporaneamente il classico "contatto umano" che ha trovato un antagonista di buona qualità nel tutorial, soprattutto per chi ha usato piattaforme professionali. Per quanto riguarda l'aspetto emotivo, andrà considerato certamente il fattore paura del contagio che, purtroppo, molti hanno ormai inserito nel loro quotidiano e che rischia di tenere lontane le persone dai luoghi di aggregazione per un tempo che non si può ancora stimare.

## Come farsi trovare preparati a questa riapertura?

**RealVT**, grazie anche al supporto di consulenti e formatori, ha messo a punto un protocollo semplice ma attuabile



senza troppi costi, affrontando anche il tema dell'affluenza contingentata che dovrà necessariamente "spalmare" l'affluenza del pubblico su una fascia oraria più estesa del solito, evitando la concentrazione nei classici orari di punta.

La proposta **RealVT** è riassumibile in: **Gym +(Virtual) +Home.**

Praticamente proporre ai soci del club di attivare un abbonamento che consenta: l'**accesso alla struttura**, la **frequenzamento di corsi virtuali in palestra** (ottimizzando i costi e attivando un palinsesto on-demand in sala) e l'**affiancamento a una piattaforma Home** di qualità per proseguire da casa quando non si può o si sceglie di non andare in palestra.

Il digitale è entrato nelle abitudini di tutti e il centro fitness che saprà sfruttare questo momento ne troverà sicuro vantaggio anche nei prossimi anni!



Per info:  
[commerciale@realvt.it](mailto:commerciale@realvt.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](http://WWW.FITNESSSTUDIO.IT)



**LEG CURL MEDIACALE**  
**€ 2.500,00+IVA**



**ROTARY TORSO BALCK SELECTION**  
**€ 1.700,00+IVA**



**LOWER BACK SELECTION**  
**€ 1.600,00+IVA**



**DELTS SELECTION BLACK**  
**€ 1.750,00+IVA**



**ARM CURL BLACK SELECTION**  
**€ 1.700,00+IVA**



**CHEST PRESS BLACK ELEMENT**  
**€ 1.650,00+IVA**

# FITNESS STUDIO.it

di Tony Fumagalli

Per informazioni chiamate

Cell. 338.6525777

Tel. 0434.857012

Fax 0434.81061

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

e-mail: [info@fitnessstudio.it](mailto:info@fitnessstudio.it)



**LEG PRESS MACHINE**  
**€ 2.990,00+IVA**



**LEG CURL MACHINE**  
**1.990,00+IVA**



**PANCA INCLINATA**  
**€ 680,00+IVA**



**LEG EXTENSION MACHINE**  
**1.990,00+IVA**



**LAT MACHINE**  
**1.990,00+IVA**



**CAVI INCROCIATI**  
**2.800,00+IVA**



**PULLEY MACHINE**  
**€ 1.990,00+IVA**



**GABBIA SINGOLA**  
**€ 1.800,00+IVA**

# FITNESS STUDIO.it

di Tony Fumagalli

Per informazioni chiamate

Cell. 338.6525777

Tel. 0434.857012

Fax 0434.81061

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

e-mail: [info@fitnessstudio.it](mailto:info@fitnessstudio.it)

CROSSBOW LINE<sup>®</sup>.com



SCALA CROSSBOWLINE  
€ 4.500,00+IVA

**NUOVA**



**NUOVA**

AIR BIKE CROSSBOWLINE  
€ 750,00+IVA



SPINNER  
€ 450,00+IVA



NEW BIKE BLACK  
€ 1.700,00+IVA



**NUOVO**

RUN CURVO CROSSBOWLINE  
€ 3.500,00+IVA

# InBody

L'ANALISI DELLA  
COMPOSIZIONE CORPOREA  
INBODY NON PUÒ MANCARE  
IN UN CLUB DI ECCELLENZA

# UPDATE YOUR CLUB

InBody ti permette di fotografare in modo preciso e accurato i parametri di massa grassa, muscolo scheletrico, idratazione e tanto altro, di atleti e sportivi. Dati indispensabili per monitorare i loro progressi, misurare l'efficacia dei programmi di allenamento e fissare obiettivi ad hoc.

*Più professionalità per il club, per il lavoro dei personal trainer, a tutto vantaggio dei tuoi clienti.*

A PARTIRE DA

**99** € al mese  
con anticipo zero

Esempio: InBody 270, 48 rate da 99 € e rata finale da 500 € (IVA esclusa).  
Salvo approvazione della società finanziaria.

InBody è l'impedezimetro professionale leader di mercato. Per la sua precisione ed accuratezza è largamente impiegato nel settore medicale ed in ambito sportivo-professionistico.

Per saperne di più visita:

**[fitness.inbodyitalia.it](http://fitness.inbodyitalia.it)**

o scrivi a:

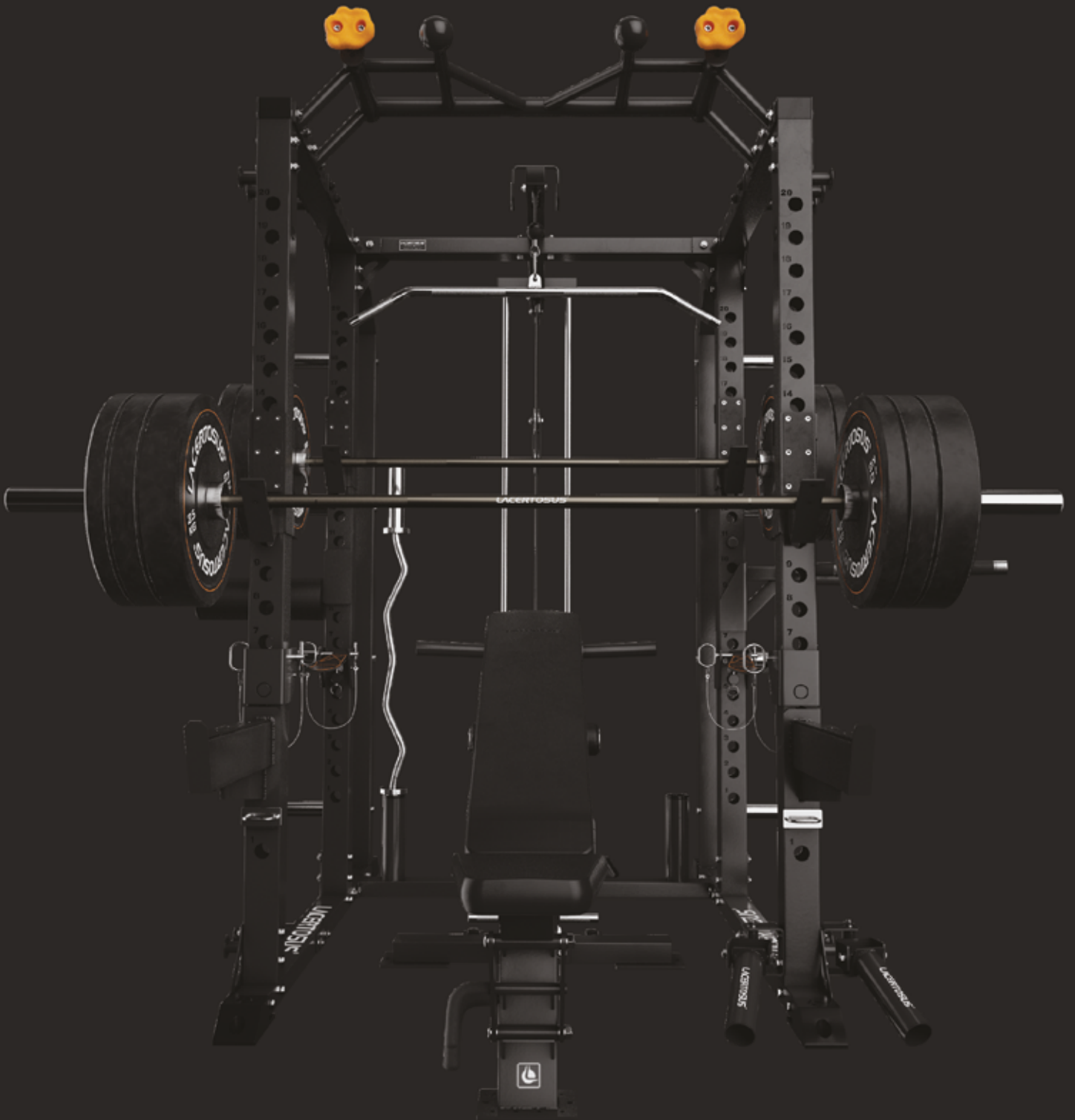
**[info@inbodyitalia.it](mailto:info@inbodyitalia.it)**

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



# LACERTOSUS<sup>®</sup>

TRAINING EQUIPMENT



THE BEST OR NOTHING

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

VIA B. FRANKLIN 31 - PARMA (PR) 43122 - [INFO@LACERTOSUS.COM](mailto:INFO@LACERTOSUS.COM) - TEL. +39 0521607870