

LA PALESTRA

DAL 2005 LA RIVISTA DEI PROFESSIONISTI DEL FITNESS

0 wheel®

L'attrezzo attento ai bisogni delle persone con disabilità, che crea un valore aggiunto al tuo club

La selezione del personale

Scegliere i collaboratori giusti è di importanza fondamentale per qualunque centro

Non facciamoci dimenticare

Come mantenere vivi i legami con gli iscritti





far2ss[®]

Specialisti nello sport

Via Antonio Carruccio, 107 • 00134 Roma • Tel. 06.71.350.124
fornituresportive@faress.com • www.fares.com



Fai vivere una
**Wellness Digital
Experience** unica
da casa ed in palestra!

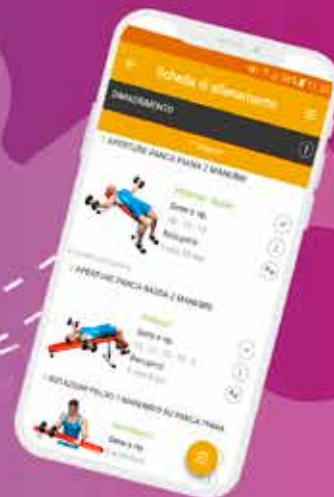
-  Prenotazioni e lezioni online
-  Abbonamenti e scadenze
-  Acquisti e pagamenti
-  Schede allenamento
-  Valutazione corporea
-  Piani alimentari

Contattaci su:

 wellness@teamsystem.com

 wellnessincloud.it

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



REALVT

FITNESS REVOLUTION

FITNESS
TOOLS

FITNESS
CLASS



SCHEDA DI
ALLENAMENTO
INTERATTIVA



HOME
FITNESS



REALVT

mette a tua
disposizione
una gamma
di servizi
su misura
del tuo club.

#

VERY
TRAINED
PEOPLE

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

**Stanco del
tuo gestionale
CLOUD?**



PROVA
TOMMYS®
PERSONAL
CLOUD

PERSONALIZZABILE

FLESSIBILE

FACILE

**RICHIEDI LA TUA
DEMO GRATUITA**

www.tommysgest.com



sede commerciale:

tel. 0743 224828

sede operativa:

tel. 0744 1921606

info@bytewarenet.com



300 GIORNI DI BUIO

Da marzo 2020 le palestre, le piscine e i centri sportivi in genere sono piombati nel buio più totale.

Ma l'impatto dell'incapacità delle Istituzioni di trovare delle migliori soluzioni, rispetto alla chiusura totale "delle palestre", va ben oltre le mura dove ci alleniamo, va oltre ai luoghi dove gli adolescenti imparano a nuotare o danzare e dove i senior si tengono in forma. 15 Miliardi di euro, è questo il valore della *Wellness Economy* in Italia, stimato dal rapporto del *Global Wellness Institute*, fornito da **Ciwas**. Un comparto fatto sì di strutture sportive ma anche di aziende, **professionisti, società di consulenza e tante altre realtà produttive della filiera.**



Le stesse aziende che trovate sfogliando le nostre pagine, su cui scriviamo articoli e pubblichiamo pagine pubblicitarie dal lontano 2005; aziende dove lavorano persone e che producono sostentamento per migliaia di famiglie, di cui lo Stato pare essersi dimenticato del tutto.

Un mondo, quello dello "sport", che fin dall'antichità ha rappresentato valori e obiettivi, un mondo che fa parte anche del tempo libero ma che non è intrattenimento, e per questo motivo è assolutamente essenziale.

Nei pochi mesi di apertura estiva è stato riscontrato un calo del 70% di presenze, si sperava nella ripresa a settembre/ottobre, dove le perdite sono state tra il 50% e l'80%, per poi ripiombare in un nuovo lockdown sportivo che a oggi ha già totalizzato altri 5 mesi.

Mesi duri, durissimi, che stanno sgretolando la base di quella rete di oltre 100.000 strutture sportive, le energie del milione di addetti e i bilanci di tutte le aziende collegate, che sono motore di quell'economia da 15 miliardi di euro.

Tante le iniziative che sono state fatte a tutela dello sport in questi mesi, sia dalle varie associazioni di categoria (di alcune potete trovare un piccolo resoconto da pag.32), sia dalle palestre e dagli stessi personal trainer.

Siamo riusciti a reinventarci, ma è ora di ricominciare a lavorare.

La speranza di tutti è che non manchi molto per tornare a una "nuova normalità", questa è infatti l'unica certezza: nulla sarà più come prima. Le palestre dovranno reinventarsi nuovamente (forse anche a livello fiscale e normativo), così come è successo nel periodo di riapertura, con coraggio, spirito imprenditoriale e quel pizzico di "geniale sregolatezza" che contraddistingue gli imprenditori del nostro Paese. Purtroppo ci sarà una "selezione naturale", che non premierà i più bravi, coloro che credono di più nel proprio lavoro e lo svolgono con impegno, ma quelli con una disponibilità finanziaria maggiore.

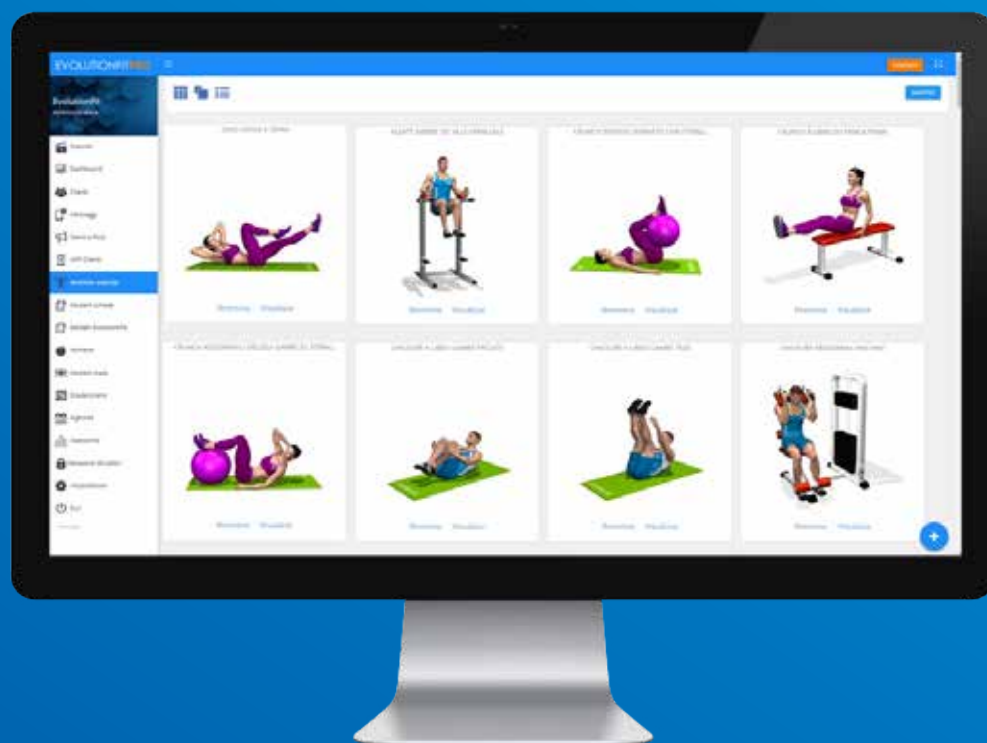
Noi, nel nostro piccolo, abbiamo fatto la scelta precisa di continuare nel nostro lavoro, sia pubblicando la nostra rivista in forma cartacea, sia aggiornando con continuità il nostro sito, per cercare di essere al vostro fianco con consigli e spunti per la ripartenza, per suggerirvi gli strumenti più adatti e per cercare, come facciamo da 16 anni, di rappresentare il tramite tra voi, le palestre, e le aziende e i professionisti che gravitano attorno a questo affascinante mondo. È durissima, ma non bisogna lasciarsi scoraggiare, gli appassionati non vedono l'ora di tornare, fatevi trovare pronti ad accoglierli nuovamente con un sorriso e l'entusiasmo che avete sempre messo nel vostro lavoro e che ha reso il settore del fitness uno dei più sani del nostro Paese.

Questo numero de **LA PALESTRA** è dedicato a Stefania nostra amica e collega, che manca a tutti noi e che non vediamo l'ora torni a proporci nuove idee e iniziative, le auguriamo una pronta guarigione.

"Quante volte mi è successo di voler mollare. Ti senti sfinito e gli avversari sembrano meno stanchi di te. E allora, per trovare qualcosa dentro, penso: ancora 5 secondi, dai, cosa vuoi che siano. Chiudo gli occhi e spingo, sentendo la fatica e il dolore." Alex Zanardi

Buona lettura
Cesare Salgaro

Software Cloud e APP per l'allenamento dei tuoi clienti



**Utilizzato da oltre
1300 Centri Fitness
e Personal Trainer**

Tutti gli strumenti di
cui hai bisogno.
In un unico software
e App per te e i tuoi
clienti.

- Oltre 750 esercizi grafica 3D
- Schede allenamento
- Piani alimentari
- Plicometria e BIA
- Antropometria e Anamnesi
- Agenda appuntamenti
- APP per i tuoi clienti



**...ed in più i NUOVI strumenti per la riapertura
Prenotazione Sala Pesi e Attività
Allenamenti Live, Streaming e on-demand**

Contattaci su:

✉ evolutionfit@evolutionfit.it
🌐 www.evolutionfit.it

fb @evolutionfitPRO
☎ +011 9012143

Richiedi la tua DEMO GRATUITA su www.evolutionfit.it

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

Sede operativa: Via Tortona 33
20144 Milano
info@lapalestra.it

Direttore editoriale:
Cesare Salgaro

Direttore Responsabile:
Federico Cociancich

Grafica:
Alessandra Calò

Per la vostra pubblicità:
342.1168712
pubblicita@lapalestra.it

Hanno collaborato:
Sandro Castellana, Lisa De Pompeis, Glauco Grassi, Serena Kumar, Marco Massari, Roberto Panizza, Fabio Swich

Immagini: LA PALESTRA archivio,
Stock.adobe.com

In copertina: Giovanna Fabbri, foto di Luca Swich. Si ringrazia Aspria Harbour Club Milano per la location

Stampa: Alpha Print

Distribuzione: gratuita per aziende
e centri fitness

Se non desiderate ricevere più la copia gratuita de LA PALESTRA, scrivete a
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



10 0 wheel®: innovazione
del fitness al servizio
dei disabili

18 Home fitness concorrenza
o opportunità?



22 Non facciamoci dimenticare

24 Fitness boutique
o palestra multifunzionale?



26 I centri come presidi medici



30 Focus on:
M1 Curved Treadmill



32 In prima linea con CIWAS

34 2021:
ANIF c'è

36 Entertainment
in palestra

38 Prepariamoci per la ripartenza

40 Saper selezionare
il personale

42 Come ottenere
soldi dalle banche

44 Partnership
tra palestra e aziende

47 Letture
consigliate

48 La vetrina
delle occasioni



news

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



06 40403925

O wheel®

INNOVAZIONE NEL FITNESS AL SERVIZIO DEI DISABILI

IN QUESTO NUMERO
INTERVISTIAMO CESARE
SALGARÒ, GIÀ EDITORE
DELLA NOSTRA RIVISTA
LA PALESTRA, PER
CONOSCERE MEGLIO
IL NUOVO PROGETTO
O wheel®, DESTINATO
A RENDERE INCLUSIVI
PALESTRE, HOTEL, CENTRI
DI FISIOTERAPIA E ALTRO
VERSO LE PERSONE
CON HANDICAP

**Ciao Cesare, di cosa
si tratta esattamente
il progetto O wheel® ?**

O wheel® è un'idea nata con l'obiettivo di permettere alle persone con disabilità di potersi allenare in palestra come qualunque altro atleta o appassionato. Il primo prodotto concreto di questo progetto è una carrozzina che può essere utilizzata **in qualunque palestra, hotel, centro riabilitativo e ospedale, utilizzando i classici macchinari isotonici da palestra preesistenti**, senza dover apportare alcuna modifica a questi e in completa sicurezza.

**Come è nata l'idea
di questo progetto?**

Grazie alla rivista LA PALESTRA arriviamo capillarmente in tutti



i club e centri fitness italiani. Realizzando alcuni articoli riguardanti la disabilità, ci siamo resi conto che le persone con disabilità, atleti o semplici appassionati che siano (che spesso hanno anche più necessità di

allenarsi rispetto ad altri), si devono scontrare con grosse limitazioni nel mondo fitness. Anche le palestre attrezzate con scivoli all'entrata e locali con spazi adatti si devono confrontare con macchinari che non sono pensati per questo

tipo di utilizzatore. Abbiamo quindi pensato che sarebbe stato importante creare un oggetto che potesse permettere di usare i macchinari isotonici standard: ecco come è nata O wheel®. Non una classica sedia a rotelle ad uso privato, ma uno strumento professionale pensato per essere lasciato a disposizione del cliente all'interno del centro.

Idea semplice, ma significativa. Tutto così facile quindi?

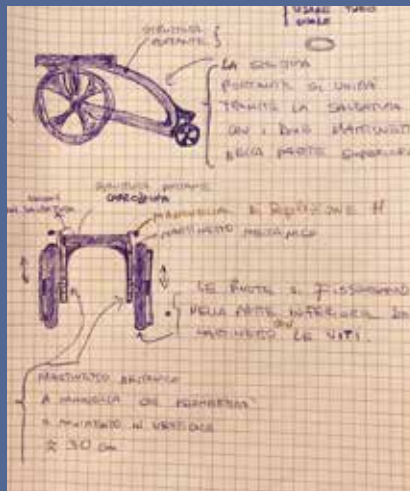
Magari! Dopo l'idea iniziale, ci sono state svariate riunioni con ingegneri e con atleti con handicap nostri amici: abbiamo ascoltato le richieste di tutti e fatto i primi disegni, poi li abbiamo esaminati assieme, abbiamo acquistato diverse carrozzine già esistenti per capirne i pregi e i limiti, quindi abbiamo cancellato le bozze e le abbiamo rifatte fino a trovare la quadra. Da tutto questo e grazie anche ai consigli dell'amico Tony Fumagalli della Fitness Studio è nato il primo prototipo, realizzato da abili artigiani friuliani, lo abbiamo testato e non senza altre difficoltà (anche legate alla pandemia), abbiamo finalmente realizzato i primi esemplari!

Mi sembra di capire che O wheel® abbia una doppia valenza: sociale ed economica...

Sì, è inutile illudersi: se la carrozzina avesse solo una valenza sociale, difficilmente troverebbe spazio nelle palestre o in qualsiasi altra struttura: in questo momento chiedere di investire in nuovi macchinari risulterebbe fuori luogo, se non ci fosse un progetto per un ritorno economico.

La O wheel® ha come obiettivo quello di **consentire al centro di ampliare il proprio bacino di utenza**, aprendosi ad atleti e appassionati con handicap, che hanno notevole necessità di allenamento, senza dover cambiare alcun macchinario di quelli già presenti in sala. Questo vale ovviamente anche per i centri riabilitativi, per gli ospedali, per gli hotel dotati di zone fitness e via dicendo.

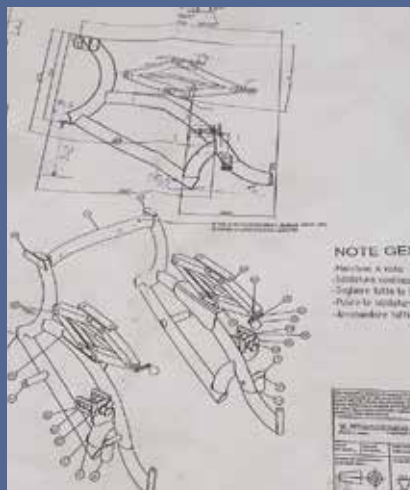
DALL'IDEA DISEGNATA SU UN FOGLIO DI CARTA, AL PROGETTO FINITO



Il primo disegno buttato giù con mia moglie durante una cena



Il primo prototipo è stato realizzato per scaramanzia nel box di casa



Dopo vari tentativi nostri gli ingegneri hanno realizzato i progetti veri



Dopo mille rifacimenti vari siamo arrivati alla creazione della struttura



Dalle Officine Foresto il 24 dicembre 2020, arrivano le prime O wheel®



Ecco le O wheel® nel nostro primo showroom di Milano

Ci vorrà qualche certificato particolare per il Personal Trainer che segue l'atleta in sala?

I Personal Trainer e istruttori presenti nei centri sono già altamente qualificati e non riteniamo che sia indispensabile nessuna competenza in più di quelle che già hanno. **Stiamo però studiando dei format di allenamento con l'idea di organizzare corsi certificati da noi**, che rilasceremo ai Personal Trainer che li seguiranno.

Un prodotto professionale, a disposizione di un'utenza privata, quindi?

Come dicevo, questa carrozzina è pensata per rimanere nel centro fitness a disposizione degli atleti: la palestra potrà promuovere il servizio offerto, aumentando così il numero dei propri iscritti e la propria redditività. Lo stesso discorso vale ovviamente per i centri riabilitativi, per gli ospedali e soprattutto per gli hotel: nel nostro Paese esistono già centinaia di strutture ricettive adatte

a ricevere clientela disabile. Con O wheel® permettiamo loro di offrire un importante servizio a valore aggiunto.

Quali sono le peculiarità della carrozzina che la differenziano dalle altre?

Le carrozzine O wheel® sono realizzate in Italia in maniera artigianale e si adattano alla stragrande maggioranza delle attrezzature senza alcuna modifica: Lat Machine, Pec Deck, Pulley, Shoulder Press, Pectoral Machine, Chest Press, Panca Scott, Low Row, Vertical Row, Arm Curl, Pullover, Rowing ed è anche adatta ad alcuni esercizi di allenamento funzionale. La parte sottostante al sedile è infatti completamente libera da ostacoli e, grazie ad apposite manovre facilmente accessibili, è possibile regolarne la seduta da un'altezza minima di 40 cm a una massima di 60 cm, in modo tale da poter posizionare la O wheel® sopra alla seduta preesistente ma anche di regolare l'altezza giusta

per un movimento biomeccanico corretto.

I materiali sono stati scelti con cura (sono tutti certificati CE, comprese le vernici), considerando la necessità di resistenza e al contempo la comodità nell'utilizzo. Le O wheel® sono state progettate per la massima stabilità e sicurezza, e sono disponibili in diverse colorazioni (giallo, verde, arancione, bordeaux, nero oppure personalizzabile a richiesta), perché anche l'occhio vuole la sua parte.

Come viene commercializzata e quali sono le aspettative?

La commercializzazione di O wheel® è iniziata da gennaio 2021, ma crediamo molto nel progetto. Così come quando ci si vuole allenare è fondamentale rivolgersi a un professionista, così ci siamo affidati a persone di provata esperienza per far conoscere questo progetto, commercializzarlo, offrendo l'opportunità di noleggio operativo, indispensabile al giorno d'oggi e per valorizzare tutte le sue potenzialità. È in programma una campagna pubblicitaria che sfrutterà riviste, canali social, la radio e abbiamo realizzato uno showroom a Milano, dove chiunque potrà toccare con mano le carrozzine. **Sono inoltre già in programma diverse attività, in partnership con brand conosciuti**, per far conoscere la O wheel® in tutto il territorio nazionale, ma siamo comunque aperti a qualunque tipo di proposta da parte di chi volesse aiutarci a far conoscere e distribuire O wheel® sul territorio nazionale.

Siamo infine ansiosi di ricevere feedback dalle palestre, dai centri e dagli hotel per capire dove possiamo migliorare ulteriormente la carrozzina e quali ulteriori esigenze potrebbe soddisfare. Al momento non abbiamo previsioni di vendita, non è certo un prodotto di massa, ma crediamo che se riusciremo a far capire bene i suoi vantaggi non potrà che essere apprezzato da qualunque imprenditore nel mondo del fitness, dell'accoglienza e della riabilitazione. ■



Ecco alcuni colori realizzati per O wheel®

www.owheel.it



MILANO

Per un allenamento senza barriere

Rendi inclusiva la tua struttura!

Contattaci per maggiori informazioni o prenota la tua visita
per venire a scoprire la nuova O wheel® presso il nostro showroom

Adatta per Palestre, Hotel,
Centri di Riabilitazione, Ospedali.



www.owheel.net
info@owheel.net

MADE IN ITALY

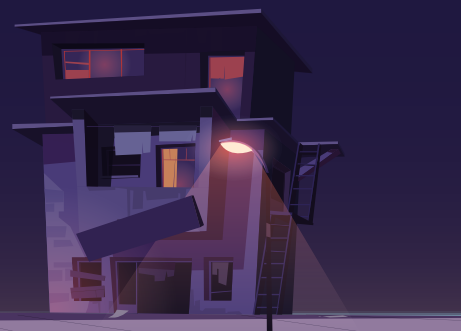


DESIGN REGISTRATO PRESSO
EUIPO
UFFICIO DELL'UNIONE EUROPEA
PER LA PROPRIETÀ INTELLETTUALE

APOCALISSE DIGITALE:

Che fine faranno le palestre?

Il fitness per come lo conosciamo, è morto?



Domande del tutto lecite.

Sono mesi che il nostro settore sembra essere dimenticato e, come giusto che sia, domande del genere sorgono in maniera quasi spontanea.

Tuttavia, bisogna stare molto attenti - ora più che mai - a ciò che circola in rete.

Ecco perché...

Come ad ogni inizio cambiamento, ci sarà sempre qualcuno che tenterà di speculare su chi teme il peggio. Troverai presunti formatori che ti instilleranno paura per poi dirigerti verso di loro, vendendoti i loro prodotti o servizi.

E, se questi loro consigli servono a far rialzare l'imprenditore del fitness, allora non ci vedo nulla di male. Ma se invece ti conducono verso l'abisso, senza che tu te ne renda conto, beh allora lì sì che bisogna stare con gli occhi aperti.

Quindi, dopo aver fatto questa breve, ma doverosa premessa, torniamo al punto in cui abbiamo iniziato questo articolo: "che fine faranno le palestre?", "Il fitness per come lo conosciamo è morto?", "Davvero assisteremo a una apocalisse digitale?"

Prima di risponderti, mi sembra giusto analizzare alcuni dati insieme a te.

Da ora in avanti presta massima attenzione a ciò che sto per dirti perché questo è lo scenario più importante per capire come si muoverà il mondo del fitness da qui in avanti, fino ai prossimi mesi o addirittura anni.

I BIG LO STANNO GIÀ FACENDO

I numeri dei colossi digitali fanno a dir poco paura.

Vedi Apple con il suo Fitness+. Amazon con Halo Amazon. Google e l'acquisizione di Fitbit. Per non parlare dei Big Nazionali come Virgin Active, McFit e la sua piattaforma, BuddyFit e così via.

Tutte queste aziende minano il tuo successo e, anche se all'apparenza può sembrare che siano un mondo parallelo tu non hai la roba e di conseguenza devi muoverti in maniera profondamente diversa.

Quindi che fine faremo?

Bella domanda.

A questo punto devi sapere che ti trovi davanti a un bivio che ti condurrà a due vite completamente diverse tra loro:

1

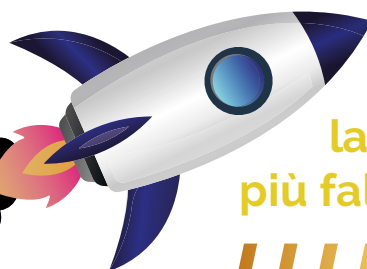
Continuare a seguire gli schemi e gli insegnamenti della cara e vecchia tradizione;

2

Superare una volta per tutte la tradizione, e tornare in pista più forti di prima.

Non so quale sarà la tua decisione, ma una cosa è certa...

Detto questo, partiamo!



Nel corso degli anni la tradizione ha causato più fallimenti che successi



A breve ti mostro il motivo di questa mia affermazione, ma per il momento ti basta sapere che probabilmente potresti soccombere se continui a ragionare alla vecchia, secondo la tradizione del Fitness all'Italiana.

Voglio dire che, se il tuo sogno è quello di far tornare il sorriso a te e alla tua palestra, allora ti con-

viene surclassare la tradizione una volta per tutte.

Ed ora vediamo cosa ha provocato la tradizione alla maggior parte delle palestre in Italia, che pian piano li ha condotti in un vortice pericoloso composto da un ammasso di strutture inutili, disagi e mancanza di cassa, ovvero di guadagni.

I 7 ERRORI CAPITALI CHE COMMITTE OGNI PALESTRA ORMAI DA DIVERSI ANNI

Errore #1: Essere la fotocopia di qualsiasi altra palestra

Se pensi di poter offrire i classici allenamenti che stanno vendendo tutti, allora nessuno ti presterà attenzione. A meno che, non ti riduci a proporre i tuoi servizi a prezzi ridicoli! E questo ti condurrà a una lenta e dolorosa sconfitta. La soluzione? Concentrati su una singola cosa, e proponiti come l'esperto in quella cosa. Facciamo un esempio: cosa vuoi far ottenere ai tuoi clienti? Perdita di peso? Aumento della massa? O magari vuoi proporre un piano per definire il loro fisico? Una volta deciso il singolo obiettivo, puoi iniziare a strutturare tutto il resto. E, come effetto collaterale, puoi anche permetterti di non abbassare i tuoi prezzi, come invece la tua concorrenza sarà costretta a fare. E questo ci conduce al...

Errore #2: Inseguire i Big player del digitale

Come già detto, tu non sei Google. Loro hanno una cassa spropositata e possono permettersi un gioco diverso. Se ho X clienti allora posso fare prezzi stracciati, perché comunque sono in positivo. Tu questo lusso non ce l'hai. E, di conseguenza, devi muoverti in maniera diversa. Sai perché? Perché altrimenti sarai costretto a fare...

Errore #3: Prezzi senza margine

Ovviamente, se il tuo piano è quello di seguire lo schema dei Big Player, allora è solo questione di tempo affinché tu dichiari fallimento. Senza nemmeno accorgermene ti ritroverai sommerso di debiti, non potrai più far fronte alle spese e questo ti porterà a una sconfitta che ti costringerà a chiudere i battenti e darti pane altrove. Non è così che devi ragionare. So che hai aperto la tua palestra per passione, quindi, con i giusti accorgimenti, potrai riaccendere questa tua passione. Seguimi perché a breve ti mostro come riuscirci.

Errore #4: Ragionare solo con l'abbonamento: L'abbonamento non basta

Sai perché ti dico questo? Perché, un conto è avere 15.000 clienti sparsi in tutto lo stivale che ti pagano 9,99€ al mese, un conto è avere quei quattro clienti nella tua città che desiderano continuare l'allenamento presso il tuo club. Beh, come è ovvio pensare, l'abbonamento non basta. Serve un processo che ti garantisca più clienti e di conseguenza più guadagni, non solo dall'abbonamento.

Errore #5: Non avere un processo per ottenere più soldi e margini possibili da ogni singolo cliente

Sapevi che in Italia 9 palestre su 10, ogni volta che introducono un nuovo cliente all'interno del loro club, sono già in perdita? Ragiona insieme a me. Secondo quella che è la regola di una buona gestione, quando un cliente ti paga il suo abbonamento di un anno, tu con quei soldi dovresti stare apposto per tutto l'anno. Invece, cosa fa l'imprenditore del fitness? Usa quei soldi per pagare le spese del mese corrente. Capisci bene che questo sistema non può funzionare a lungo. La soluzione? Strutturare un sistema che ti permetta di ottenere più soldi e margini possibili da ogni singolo cliente.

Errore #6: Andare dietro le "star" piuttosto che creare il miglior team in grado di aiutare davvero la crescita della tua azienda

Diciamocelo: trovare lo staff giusto, è il sogno di ogni imprenditore del fitness. Questo significherebbe far andare avanti la baracca, con o senza la tua presenza. Ma spesso accade esattamente il contrario. Vediamo di scoprirne il motivo. Se crei una palestra a tua immagine e somiglianza, e ogni anno sprechi denaro alla ricerca delle ultime diavolerie, difficilmente sarai in grado di trovare il personale giusto per la tua palestra. Questo è uno dei mag-

giori errori del fitness italiano, ma in un certo senso del mercato del lavoro italiano nel suo complesso. A questo punto, ogni titolare di palestra dovrebbe fare un esame di coscienza: è così sfortunato da non riuscire a trovare un degno collaboratore neanche a pagarlo tanto oro quanto pesa, o forse è il caso di rivedere i propri criteri di scelta? Occhio perché assumere persone inadeguate non ti farà risparmiare tempo, anzi, probabilmente te ne farà perdere altro, che sprecherai a controllare se queste persone stanno effettivamente facendo bene il lavoro.

Errore #7: Rimanere fermi ed aspettare che qualcosa accada

Sempre più spesso leggo nei vari social questa frase: Speriamo che questo 2021 possa essere migliore. Mi auguro per te che funzioni, ma non sono del

tutto sicuro che il semplice sperare possa cambiare le cose. Il 2020 è stato un anno duro, che ha messo a nudo tutto l'intero settore del Fitness e non solo. Un anno che difficilmente dimenticheremo, ma sarà stato un anno del tutto inutile se non facciamo tesoro delle assurde lezioni che ci ha dato.

Tra tutte, la lezione numero 1, le "cose" non si sistemano da sole. Lo abbiamo già visto in occasione della prima riapertura, tanto sperata quanto sofferta da molti. Il semplice fatto di avere il via a riaprire non ha garantito un flusso di clienti importanti, o meglio, non dappertutto e non in automatico. Oltre il 30% degli iscritti, aventi diritto ad accedere, non si sono presentati e non hanno minimamente avuto voglia di tornare.

Arrivati a questo punto, bisogna rispondere alla domanda da un milione di euro.

Ma oggi tra chiusure, incertezze e robe varie c'è la possibilità di andare avanti?

Assolutamente sì, a patto che ti dimentichi degli schemi della tradizione!

Ci sono alcune attività che possono davvero fare la differenza. Abbiamo visto come l'abbonamento da solo non basta, quindi la necessità di ingegnerizzare un processo di vendita che produca veri margini e profitti è alla base di tutto.

E allora vediamo da cosa è composto questo sistema che ti permetterà di rialzarti e tornare in pista più forte di prima!

Ecco a te...

Lo schema perfetto: i 4 pilasti!

Pilastro #1: Marketing

Negli ultimi anni si è fatto un abuso nell'uso di questa terminologia e molti, al sol pensiero di integrare il marketing all'intento della loro struttura, rimangono pietrificati non sapendo da dove partire. Ma perché è essenziale integrare il marketing all'interno del tuo club? Perché è un processo che, a partire da una serie di obiettivi aziendali di medio-lungo ter-

mine e attraverso una fase preliminare di diagnosi della domanda e della concorrenza, arriva ad individuare i bisogni e le esigenze degli attuali e dei potenziali clienti e a stabilire le azioni più opportune per soddisfarli, con reciproco vantaggio per i clienti e per l'impresa.

Pilastro #2: Vendita

Una volta fatta la diagnosi della domanda e della concorrenza, cosa succede se tu non sai vendere i tuoi servizi? Beh, ovviamente non riuscirai a trarre profitto! Quindi, ora più che mai, saper vendere deve essere una delle tue priorità in assoluto!



Pilastro #3: Management

Se non sai come convertire un completo sconosciuto in tuo cliente, se non sai come fidelizzare i tuoi clienti e se non sai come trarre un alto profitto da ogni singolo cliente, allora è arrivato il momento di padroneggiare l'arte del Management.

Pilastro #4: Controllo di Gestione

Qual è il motivo numero che costringe una palestra a dichiarare fallimento? Esatto. È proprio la mancanza di competenze in ambito di controllo di gestione. E questa è anche la causa principale per cui oggi molte palestre, dopo essere state colpite da questa forte crisi, hanno accusato il colpo e si sono ritrovati con la cassa completamente bloccata. Se sai come gestire al meglio il tuo club o la tua palestra, allora nella tua vita non avrai mai più problemi!

Ora hai tra le tue mani lo schema perfetto che ti permetterà di rialzarti e tornare a macinare profitti!

Ma so che questo non è semplice, soprattutto per chi è stato abituato a lavorare secondo gli schemi della vecchia tradizione.

Basta pensare che prima potevi aprire le porte del tuo club per vedere la tua palestra piena di gente volenterosa di allenarsi.

Le cose sono cambiate, e bisogna adattarsi al cambiamento.



Ecco perché ho intenzione di venire in tuo soccorso!

In che modo?

Attraverso una Sessione Strategica GRATIS (del valore di 497€) in cui un nostro Tutor analizzerà la tua situazione attuale, fissando dei nuovi obiettivi, indicandoti la strada più veloce e meno dispendiosa per raggiungere i tuoi obiettivi imprenditoriali.

Quindi, se non vuoi farti scappare questa opportunità, prenota la tua consulenza strategica gratuita andando su questo link:

www.richfit.co/prenota-ora-gratis

Ai primi 10 Imprenditori più veloci il nostro Libro Da Palestra ad Azienda, ti basterà pronunciare la parola magica "La Palestra" ed il nostro Tutor si occuperà di spedirti una copia del nostro Manuale in modo totalmente gratuito.

Ci vediamo dall'altra parte,
Emanuele e Paolo

www.richfit.co - www.librorichfit.com

**SE DESIDERI APPROFONDIRE ISCRIVITI
AL GRUPPO FACEBOOK DEDICATO
AGLI IMPRENDITORI DEL FITNESS**

www.grupporichfit.com

HOME FITNESS CONCORRENZA O OPPORTUNITÀ?



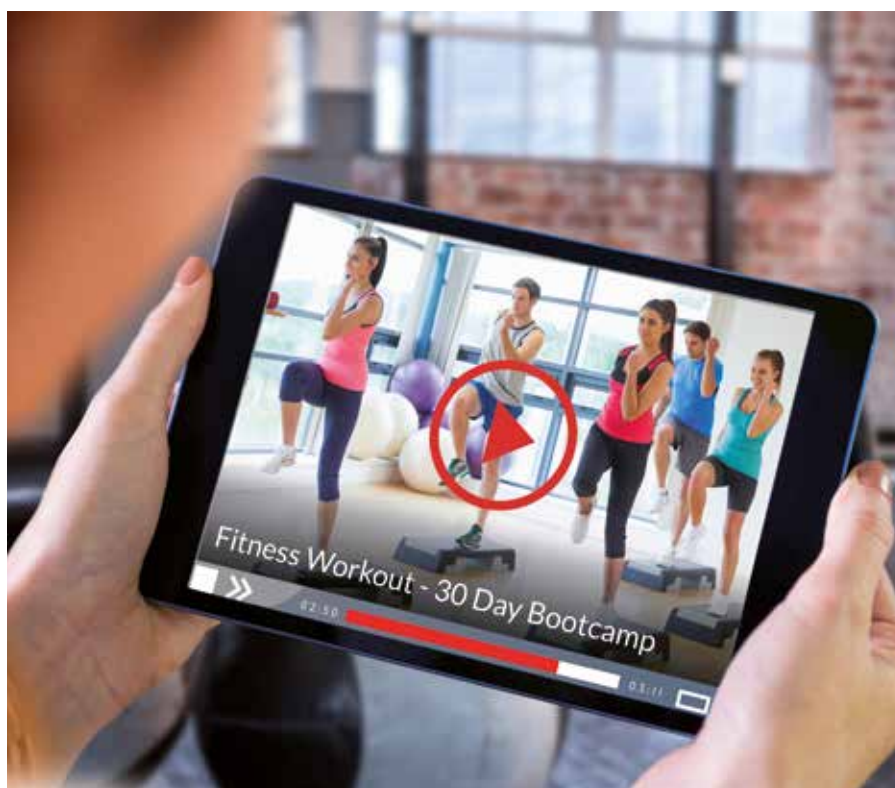
LO TSUNAMI
DEL COVID HA
PORTATO CON
SÉ DIFFICOLTÀ
INIMMAGINABILI

E HA COSTRETTO
GLI OPERATORI DEL
SETTORE A METTERE
IN DISCUSSIONE
I VECCHI SCHEMI,
ORMAI BEN CONSOLIDATI,
IN FAVORE DI
NUOVI APPROCCI E
METODOLOGIE

Nell'ultimo anno
abbiamo assistito
a una rivoluzione
enorme nel mercato del
fitness, probabilmente

la rivoluzione più importante
che questo settore abbia mai
attraversato, i cambiamenti sono
stati molti e molto impattanti
e, sorprendentemente, non tutti
negativi.

Il digitale ha dettato legge e, chi è
riuscito a far propri gli strumenti
innovativi messi a disposizione
della tecnologia e a reinventarsi
in uno scenario totalmente
nuovo, ha scoperto con piacere
che da uno tsunami si può anche
uscire sulla cresta dell'onda, non
necessariamente devastati.



Una fruizione digitale

Il mercato si è evoluto verso una fruizione sempre più digitale: i frequentatori tipici di centri sportivi e palestre hanno imparato ad allenarsi anche in condizioni non usuali, e certamente non ideali, come in casa o all'aperto; hanno cercato informazioni online sulle offerte e hanno acquistato pacchetti e servizi senza recarsi fisicamente in reception; **sono nate nuove esigenze e nuove possibilità di business legate a fasce di clientela distanti dal mondo della pratica sportiva in palestra**, almeno così

come la conoscevamo.

Gli operatori stessi hanno dovuto modificare il proprio know-how e le proprie competenze in favore di una gestione più smart e vicina al cliente: il reparto commerciale ha attuato nuove strategie dirottando sul mercato online le proprie vendite e la gestione dei propri lead, il marketing ha spinto tantissimo sulla comunicazione tramite social per mantenere il rapporto di fiducia con la clientela e farsi largo tra nuovi potenziali contatti, la reception non è più un luogo fisico ma un concetto, dato che i suoi addetti sono ormai esperti nello



smart working grazie a strumenti come i CRM in cloud e le app. Tuttavia, **le figure che più di tutte sono state coinvolte nel cambiamento maggiore sono gli addetti alla sala:** istruttori e personal trainer. Questi professionisti, che hanno fatto del contatto umano costante, la loro chiave per il successo nello stimolare e motivare gli iscritti verso il raggiungimento di determinati obiettivi di allenamento, si sono visti mancare da un giorno all'altro le basi di questo contatto. Quindi come poter proseguire l'attività in mancanza di presupposti, fino ad oggi, fondamentali? Anche qui il digitale ha aiutato moltissimo: il primo step è stato continuare a dispensare le proprie lezioni e i propri work-out live oppure in streaming grazie alle piattaforme digitali di condivisione video. Successivamente (o contemporaneamente nei casi più lungimiranti) ci sono state le consulenze one-to-one, il fornire un servizio che "va oltre" la pratica dell'attività sportiva. La sfida è stata quella di mantenere l'empatia e la relazione, al di là dell'impossibilità di un contatto fisico diretto. **Grande successo, in questo contesto, hanno ottenuto le schede di allenamento digitali** grazie alle quali il cliente può ricevere nella propria app sullo smartphone il proprio piano di allenamento personalizzato con le immagini e i video dell'esecuzione degli esercizi

magari correlate dai consigli e i reminder da parte del proprio trainer.

Nuove figure professionali

Nascono così figure professionali nuove, che unendo l'esperienza tecnica a competenze digital e in ambito comunicativo, si sono proposti sul mercato come valido supporto nel momento di chiusura forzata dei centri sportivi. Lezioni di gruppo, lezioni singole, sedute di PT o consulenze: tutti nuovi servizi fruibili interamente da remoto. Partendo dall'acquisto, all'erogazione, all'invio di materiale (vedi schede di allenamento, piuttosto che piani alimentari ecc): tutti passaggi che, ponendo al centro il cliente e la sua experience di allenamento, hanno trasformato la difficoltà in opportunità raggiungendo un numero sempre maggiore di potenziali clienti anche

“ La reception non è più un luogo fisico ma un concetto ”

oltre i confini territoriali. Ma il mercato propriamente del fitness non è l'unico che si è mobilitato in questo senso: anche altri settori affini, alle volte complementari, hanno cavalcato l'onda del digital fitness proponendo tutta una serie di articoli e prodotti affiancando un'esperienza di fitness online, più o meno gratuita.

Verso un modello ibrido

In realtà l'idea di combinare esperienze di fitness e wellness alla promozione di articoli affini alla pratica sportiva esiste già da qualche anno, basti pensare a grandi colossi come *Reebok*, che ha inserito all'interno di molti store, delle aree attrezzate finalizzate a ospitare eventi sportivi, piuttosto che *Nike*, che da anni promuove maratone e gare con possibilità di gestire l'allenamento all'interno dei punti vendita.

Ma la vera novità è l'introduzione del digitale in questi modelli ibridi di business: sempre più assistiamo alla nascita di prodotti che garantiscono **la possibilità di effettuare un'attività sportiva senza l'ausilio di un istruttore fisico** e/o senza doversi appoggiare a un centro specializzato.

Strumenti di lavoro innovativi

Esistono tutta una serie di attrezzature "intelligenti": dalle bici hi-tech con cambio meccanico e analisi continua della pedalata, manubri digitali con display che illustrano le varie funzioni, specchi con telecamera integrata che rileva i movimenti e grazie a un istruttore virtuale rimanda un feedback e correzioni sui possibili errori, fascette e orologi da polso che monitorano la pratica sportiva e i livelli di calorie consumate. Poi ci sono le app come *Strava*, *Runtastic*, *SportTracker*, *MyFitnessPal*, *FitBit*, solo per citarne qualcuna. Strumenti semplici e immediati che non solo monitorano e registrano l'allenamento di chi le utilizza, ma esortano con notifiche e classifiche a migliorare costantemente le



La relazione umana rimane fondamentale anche nel nuovo scenario digitale



proprie performance permettendo inoltre di condividere i risultati sui social.

Nuovo anche l'ultimo servizio Apple dedicato al fitness: *Apple Fitness Plus*. Questo servizio, disponibile su tutti i device Apple, vanta una raccolta di allenamenti e contenuti realizzati da trainer e professionisti famosi, rigorosamente sotto il controllo della Casa, tarati su ogni livello di abilità e difficoltà. L'innovazione sta nel fatto che i work-out interagiscono direttamente con i device aggiornandoli in tempo reale: ad esempio, se l'istruttore inizia un conto alla rovescia, questo appare nell'Apple Watch. **Tutti questi strumenti fanno riflettere su come il mercato sia mutato**, si sia evoluto e come di fatto oggi, il personal trainer o l'istruttore, non debba solamente preoccuparsi della concorrenza nel proprio ambito ma, più ad ampio spettro, competere con prodotti e servizi di nuova generazione e con una altissima diffusione.

Significa quindi che la figura più "tradizionale" dell'istruttore è destinata a estinguersi sopraffatta dalle nuove tecnologie?

Absolutamente no! **I trainer e le palestre hanno un vantaggio competitivo importantissimo** e, se lo sapranno sfruttare al meglio, supportati anche da strumenti digitali, potranno fare di questo vantaggio il vero plus che porterà l'utente ad affidarsi a un professionista qualificato piuttosto che "accontentarsi" di un servizio online.

La relazione umana rimane fondamentale in questo scenario digital, poiché chi intraprende un percorso di allenamento, online oppure onsite che sia, ha costantemente bisogno di

confrontarsi, essere stimolato, ricevere feedback e consigli, essere valutato nei propri progressi e ricevere gratificazioni. Il Trainer fa tutto questo e la palestra rappresenta un luogo dedicato assolutamente insostituibile.

La palestra rimane insostituibile

L'empatia diventa quindi la dote fondamentale che può fare la differenza ed essere quel valore aggiunto che rende preferibile il rapporto con il proprio istruttore rispetto a quello con una "macchina". Per quanto sofisticato ed elaborato possa essere il feedback restituito da un sistema digitale di rilevazione dei movimenti corporei, sarà sempre un qualcosa di freddo e asettico se paragonato al sorriso e alle parole di approvazione di un professionista con cui si è costruita una relazione basata sul raggiungimento di un obiettivo comune.

È in quest'ottica che il digitale diventa fedele alleato piuttosto che competitors: quando il PT riesce a trovare il giusto equilibrio tra la propria componente emotiva e il ricorso a strumenti digitali tanto apprezzati dai propri assistiti, arriva a fornire al cliente un servizio completo ad altissimo valore aggiunto.

Ben vengano quindi le schede di allenamento digitali che aiutano a standardizzare il lavoro e proporre un allenamento ben bilanciato che il cliente può fruire comodamente dal proprio smartphone senza rischi di perdita o dimenticanza di una scheda cartacea. In questo modo si offre anche al cliente la possibilità di tener traccia dei propri allenamenti e condividerli anche a distanza con il trainer per

una valutazione oggettiva delle performance.

Utilissima la **gestione dell'agenda degli appuntamenti online** in modo da poter acquisire e modificare prenotazioni anche in mobilità senza rischi di sovrapposizioni con conseguenti fastidiose rettifiche. Inoltre, poter controllare facilmente e in qualsiasi momenti i propri appuntamenti, consente al trainer di monitorare il raggiungimento di determinate soglie per proporre in anticipo il rinnovo del pacchetto.

Irrinunciabile un buon CRM che consenta di ricordare le scadenze e magari proporre i rinnovi in modo automatico tenendo presente le situazioni specifiche di ciascun utente. Attraverso il CRM sono rintracciabili al volo tutte le info sul cliente e lo storico dei suoi acquisti e percorsi di allenamento. Senza mai dimenticare l'importanza degli aspetti relazionali da consolidare e mantenere attraverso il contatto costante, attraverso chat, notifiche e sondaggi, per rendersi disponibili e sempre presenti per un consiglio piuttosto che per la condivisione di traguardi e successi.

Se parliamo poi di corsi di gruppo, il compito dell'istruttore è anche quello di mantenere vivo il senso di comunità e di appartenenza al gruppo, attraverso un confronto e una condivisione continua.

Può inoltre tenere monitorate le presenze e gestire le prenotazioni online che i clienti effettuano in piena autonomia.

Tenendo bene a mente questi aspetti e facendosi sempre trovare informati e aperti al cambiamento e all'innovazione, sarà possibile non solo rimanere al passo con i nuovi modelli di business ibridi, ma addirittura valorizzare il proprio vantaggio competitivo nei confronti degli stessi ottenendo ottimi risultati sia in termini economici, sia professionali. ■

Serena Kumar

Psicologa della comunicazione, da anni nel settore fitness e Wellness di TeamSystem dove si occupa di marketing e digital sales.

Save Your Money



LINEA ISO

IT 6000

€ 980,00 *



Scopri gli oltre 30 modelli disponibili **tutti a € 980,00***

Molte combinazioni di colore possibili!

Possibilità di NOLEGGIO OPERATIVO

M9 Tapis Roulant

€ 1.990 *



**Caratteristiche
Tecniche**

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

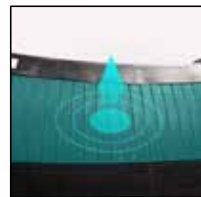
MONITOR TOUCH SCREEN



M1 Curved

€ 1.990 *

**Caratteristiche
Tecniche**
AUTOALIMENTATO
44*165 Area di corsa
85*178 Area Ingombro
300kg Peso Max Utente



Apri la TUA palestra con i

Fondi Europei

Finanziamento dal 75% al 100%!!!

Dal Tasso Zero al Fondo perduto!!!

NON FACCIAMOCI DIMENTICARE

ECCO ALCUNI
SUGGERIMENTI
PER MANTENERE
VIVO IL LEGAME
CON I VOSTRI

ISCRITTI ANCHE QUANDO
NON FREQUENTANO A
CAUSA DELLA PANDEMIA,
MA NON SOLO



Mai come nell'ultimo periodo ci è risultato ben chiaro quanto possa essere importante la fedeltà dei soci iscritti: ci siamo accorti di quanto, nel caso in cui venga a mancare la quotidianità e il contatto diretto per cause di forza maggiore, sia fondamentale sapere come rimanere in contatto e mantenere ben saldo il rapporto palestra/socio, affinché possano ritornare numerosi appena possibile.

Imparare a sfruttare gli strumenti digitali

Per quanto una situazione di lontananza (dovuta come di recente a chiusure oppure anche a mancata frequentazione dell'iscritto stesso, per i più svariati motivi) possa sembrare irrisolvibile, in realtà non lo è. La digitalizzazione della nostra epoca ci offre ormai tantissime opportunità per coltivare e rafforzare il legame con i nostri clienti.

Implementare il Piano Social Media

Contenuti di qualità, incentrati



su tematiche riguardanti l'allenamento, la palestra, il team di trainer sono fondamentali per rimanere, qualsiasi cosa accada, **“top of mind”, ovvero sempre nella testa dei nostri iscritti.** Un concetto assolutamente sempre valido, 365 giorni l'anno, ma ancora più utile in caso di stop all'allenamento, forzato o meno che sia. Non dimentichiamo mai che il 99% degli italiani oggi ha almeno un account social e gli utenti passano in media quasi due ore al giorno sui Social Media (Fonte Digital 2020 di We Are Social con Hootsuite): essere costantemente presenti con post interessanti e coinvolgenti può fare la differenza tra perdere un socio oppure legarlo a filo doppio.

Dare uno spazio al training online

Allenarsi a distanza, così come tante altre attività lavorative, non rappresenta più una semplice “alternativa”, da utilizzare in maniera sporadica e amatoriale. Il training virtuale deve essere realizzato in maniera professionale, con strumenti audio e video che consentano un allenamento efficace, sia dal punto di vista del monitoraggio performance che del coinvolgimento. L'anno appena trascorso ha inaugurato un'epoca di nuove abitudini, tra cui senza dubbio questa; rimanere indietro sarebbe come offrire un servizio in meno agli iscritti. Rianiamo al passo con i tempi.

Farsi vedere

Investire in advertising è, di fatto, un modo per incrementare il proprio giro di clienti. In alcune situazioni poi, può essere anche la scelta corretta per mantenere gli iscritti attuali. Piccole campagne online, mirate a far girare in maniera più efficace i nostri contenuti social oppure a farci trovare tra le prime posizioni di Google, possono risultare determinanti per rimanere nella testa e nel cuore degli iscritti. E sottolineo “piccole”, perché la spesa per una campagna online può essere anche solo di qualche centinaio di euro, portando però in modo concreto molto valore.

Valorizzare il proprio sito

Se in palestra il nostro iscritto non può o non vuole andare per un determinato periodo, il sito Web è l'unico “luogo” dove potrà viverci. Ricordiamo infatti che se i Social sono dei canali di comunicazione (peraltro non

di nostra proprietà), il sito è il nostro centro virtuale (ed è nostro e solo nostro). Questo significa che è fondamentale averlo, tenerlo sempre aggiornato nelle immagini e nei contenuti e verificare che sia sempre perfettamente funzionante: **la percezione che l'utente, nuovo o di ritorno, avrà del nostro sito corrisponde esattamente a quella relativa al nostro club.** Utilizziamo tutti i canali disponibili per creare traffico verso il sito Web, monitoriamolo attraverso gli strumenti giusti (come Google Analytics) e riempiamolo di contenuti interessanti: anche chi non frequenta fisicamente potrà viverci e stare con noi, rafforzando il suo legame con il nostro marchio.

Essere sempre positivi

Si è ormai avviato un circolo vizioso che vede i Social Media un vero e proprio campo per lamentele, polemiche e critiche. Cerchiamo di uscire fuori dal coro, voliamo alto e manteniamo toni

positivi e piacevoli. In generale, non solo sui Social, questa è una regola che porta sempre buoni risultati: se trasmettiamo ai nostri clienti una sensazione piacevole, sarà molto più semplice creare affezione verso il nostro centro. Abbiamo visto qualche suggerimento pratico per rimanere connessi con i nostri clienti, anche quando non c'è un contatto diretto. Ricordiamoci che la digitalizzazione della palestra non è ormai più una scelta, è una necessità per lavorare al meglio: alleniamoci a utilizzarla e ne otterremo il massimo. ■

Lisa De Pompeis

Marketer con oltre 15 anni di esperienza in grandi aziende nazionali e multinazionali, fondatrice e titolare dell'agenzia di Comunicazione LDP Consulting, nata per fornire a PMI e professionisti un supporto marketing altamente qualificato, dalla strategia alle campagne pubblicitarie e ai siti Web. Appassionatissima di sport e grande sostenitrice del mondo del fitness.

SCOPRI CHE COSA
CI RENDE DIFFERENTI

PaviFLEX

PAVIMENTI PER PALESTRE



I CENTRI COME PRESIDI MEDICI



DA TEMPO
IL SETTORE
DEL FITNESS
INSISTE A
DEFINIRSI

ATTIVITÀ PER LA SALUTE
E IL BENESSERE,
PERCHÉ ALLORA NON
È RICONOSCIUTO
COME TALE?

Da anni continuiamo a ripeterci che gli operatori del settore producono salute e come tale devono essere

riconosciuti. In effetti chi pratica attività fisica sta meglio e perciò chi si occupa di offrire attività fisica offre salute, quindi in linea di principio fa bene a pretendere di essere riconosciuto come operatore del settore salute e benessere. Proprio poco tempo fa il *Prof. Mantovani, Direttore del reparto scientifico e ricerca dell'Humanitas di Milano* ha ribadito che il movimento aumenta le difese immunitarie.

Come mai allora non si riesce a essere riconosciuti come tali? Quest'anno, a causa della pandemia, le palestre hanno subito sei mesi di chiusura totale, hanno perciò lavorato e prodotto solo il 50% del loro potenziale. Evidentemente i centri fitness non hanno dato assolutamente l'immagine di centri di salute, così come avviene per l'aspetto fiscale: l'IVA è sempre al 22% e per poterla abbattere si ricorre al trucco di costituirsi in



associazioni sportive creando così altre problematiche di tipo fiscale.

Ma chi e che cosa può determinare che un centro fitness sia o meno un centro di salute? Come si può definire una palestra un presidio medico e centro di prevenzione? In effetti se andiamo a vedere non tutti i centri possono essere definiti tali, e magari molti di essi non lo desiderano affatto. Innanzi tutto **occorrerebbe stilare una classificazione delle palestre, come già avviene con gli alberghi.**

Già oggi il tipo di centro dipende dalla capacità economica dell'imprenditore e dalla filosofia che vuole dare. Ci sono centri che vogliono essere solamente aree sportive senza altri servizi aggiuntivi e ci sono centri che invece sono ricchissimi di servizi. Quindi **se una palestra ha il**

desiderio di diventare un centro di salute dovrà adeguarsi a determinati requisiti.

Se tutti insieme come operatori lavorassimo a questo progetto, magari con il sostegno di aziende del settore, potremmo presentarci alle autorità competenti per ridefinirci secondo questa nuova immagine.

In effetti non ci si può presentare solamente dicendo che le palestre producono salute, non è sufficiente! Ad esempio, ci sono centri che hanno il servizio medico all'interno e centri che non offrono questo servizio; ci sono centri che sono organizzati per ricevere disabili e altri no. Spesso sono presenti saune e bagni turchi, o delle vere e proprie spa e per tutto ciò è necessario accertarsi della salute dei clienti frequentatori.



upWell

benessere come stile di vita

**PRIMI IN ITALIA A PORTARE LA PREVENZIONE
NELLE AZIENDE E NEI CENTRI FITNESS**

**25 ANNI DI ATTIVITA' CON PIU' DI 200.000 VISITE MEDICHE
ESEGUITE PRESSO AZIENDE MULTINAZIONALI IN TUTTA ITALIA
E NEI PIU' IMPORTANTI CENTRI SPORTIVI WELLNESS E
FITNESS.**

**VISITE MEDICHE DI IDONEITA'
DIETOLOGIA - Analisi della Composizione Corporea
CONSULTI CARDIOLOGICI
MEDICINA SPORTIVA**

**CONSULENZE di direzione per Centri Wellness
ORGANIZZAZIONE - GESTIONE**

Upwell

www.upwell.it | Tel.+39 02 48101006 | Email: info@upwell.it



Cosa si deve fare? Personalmente credo che gli elementi per definire un centro salute siano: **risorse umane; elementi architettonici e definizione di protocolli e metodi.**

Risorse umane

L'ho messo al primo posto perché sono convinto che in un'azienda di servizi le persone siano l'elemento principale. I requisiti dovranno essere basati sulla preparazione professionale: medici, istruttori laureati in scienze motorie, chinesologi, fisioterapisti, commerciali e receptionist preparati. Un centro che vuole essere riconosciuto come centro salute deve mostrare al suo pubblico personale all'altezza. A partire dal ricevimento, le receptionist devono conoscere i servizi offerti ed esserne all'altezza. Dall'immagine curata (che peraltro è la prima che il cliente vede), magari con una divisa; al personale commerciale, il quale deve portare argomentazioni precise riguardo le attività di salute che vengono proposte (ovviamente con un minimo di formazione). Anche il personale tecnico deve avere una formazione adeguata al ruolo: laurea in scienze motorie e corsi professionali riconosciuti. Persino l'impresa di pulizie deve essere professionale: deve dare garanzie sulla sanificazione di spazi e attrezzature ed essere conscia che l'immagine della palestra, e quindi

la riuscita del vostro business, dipende anche da loro.

Materiali ed elementi architettonici

Una struttura che pretende di diventare un centro di salute **si deve strutturare attraverso l'aiuto di architetti specializzati nel settore che sanno come e dove intervenire** a partire dalla progettazione dell'impianto di areazione, agli spazi, fino alla scelta dei colori delle varie zone. Lo specialista è in grado di distribuire le metrature giuste prevedendo le attività: lo studio medico e l'area di attesa, il percorso agli spogliatoi e la distribuzione degli spazi al loro interno, così come docce e servizi. La distribuzione degli attrezzi in sala e gli spazi in sala corsi. Solo così si

“ I centri fitness dovrebbero avere una classificazione come quella degli alberghi ”

può garantire sicurezza ai clienti e pulizia e sanificazione efficaci. Questo aspetto va curato anche nella scelta dei materiali, come le vernici, le pavimentazioni, gli armadietti e l'impiantistica (idrica ed elettrica). Non ci sono solo gli attrezzi di sala, esiste per esempio l'aspetto disabili che non devono avere barriere architettoniche e devono poter trovare attrezzi adeguati per la loro attività.

Definizione di metodi e protocolli

Definiti personale e struttura, saranno poi i metodi applicati e i relativi protocolli che faranno della struttura un vero centro salute. Come viene accolto il cliente e quale percorso deve seguire (la presentazione commerciale, la visita medica, il programma attività sportiva, etc.). Cosa fa sì che un centro possa essere riconosciuto come presidio di salute? **Mostrando il proprio sistema di lavoro.**

Andrà definito un protocollo medico, ovvero che tipo di visita si propone; un protocollo sportivo, cioè una prima seduta, un colloquio con il tecnico e la definizione del programma. Dal momento in cui il cliente entra in palestra si deve sapere come accoglierlo, mettendolo in condizione di poter vedere di persona cosa può fare e come lavora il centro.

Questo potrebbe essere il futuro del fitness, la sua corretta evoluzione che in futuro potrebbe prevenire ed evitare azioni di isolamento come quelle di questa pandemia. Inoltre uno sviluppo del genere metterebbe in condizioni il settore di acquisire maggior valore, aumentando il listino e uscendo dalla palude dei prezzi livellata verso il basso. Noi di UpWell lo sosteniamo ormai da 25 anni e vi ricordo: **non si può essere migliori di se stessi ma si può essere se stessi in modo migliore! ■**

Fabio Swich

Ideatore di UpWell, società di servizi benessere, e pioniere del cardio-fitness dal 1986.
fswich@upwell.it

un luogo dove
giocare, riposare, leggere,
lavorare e... **sognare!**

sullalbero
CASE - TERRAZZE - SPAZI

Un modo diverso per vivere l'esterno!

La soluzione per rilassarsi
in totale solitudine,
leggere un libro, fare yoga
o una lezione di pilates.
Ospitando amiche per una
tazza di tè e discrete conversazioni
immersi totalmente nella natura.

Un comodo nido per
accoccolarsi in dolce compagnia...



Immaginati, sul tuo albero...

sullalbero realizza solo progetti sull'albero, dal concepimento alla costruzione. Case, Terrazze, Spazi vengono costruiti su misura del cliente e conformi ai migliori standard qualitativi. Utilizziamo le tecniche ed i materiali della bioarchitettura, per accogliere voi, i vostri bimbi o i vostri ospiti, in un modo speciale.

**Il nostro team di architetti, ingegneri e carpentieri...
darà vita al tuo sogno!**

Sullalbero Srl

Sede legale
Via G. Mameli, 15
21052 Busto Arsizio - VA - Italy

Sede operativa
Via Marco Polo, 4
21054 Fagnano Olona - VA - Italy

C.F./P.IVA 03405650122
REA VA-348891
Cap. Soc. € 50.000,00 i.v.

www.sullalbero.it

M1 CURVED TREADMILL

NON UN SEMPLICE TAPIS ROULANT MA UN PRODOTTO VERSATILE E RICCO DI VANTAGGI PER QUALUNQUE APPASSIONATO

Il tapis roulant curvo è un modello di tapis roulant che ha avuto immediato successo nelle palestre di tutto il mondo. Totalmente meccanico, non richiede elettricità per funzionare. La superficie di corsa curva offre un'esperienza totalmente nuova: si corre in modo naturale proprio, come se si stesse correndo all'aperto e offre molti vantaggi in termini di miglioramento delle prestazioni. Il primo è sicuramente l'uso e la stimolazione di più gruppi muscolari durante l'esercizio e il maggiore dispendio di energia confrontato con un classico tapis roulant a motore. Complessivamente, il tapis roulant curvo consente all'atleta di migliorare la propria resistenza sia cardiorespiratoria sia dei muscoli, maggiormente sollecitati. Anche la velocità può essere migliorata, così come la coordinazione, la potenza e l'equilibrio possono essere potenziati con efficacia.

Il prezzo è di 1.990 euro + IVA
info@cardiaca.it

HIIT

Per gli allenamenti a intervalli ad alta intensità questo prodotto offre ottime possibilità poiché l'utente è del tutto responsabile della velocità del nastro, che si adegua alla capacità di tenere un certo passo.

SPRINT

Visto che il nastro viene attivato dalla sola forza delle gambe, chi lo usa non deve attendere che sia il motore elettrico a portarlo alla giusta velocità. Quindi è l'atleta a gestire i propri intervalli di sprint, il che migliora nettamente i risultati finali.



6 LIVELLI DI RESISTENZA

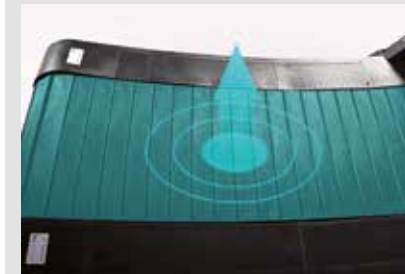
DIMENSIONI DEL NASTRO

Le dimensioni del nastro e la superficie su cui camminare sono importantissime anche in un tapis roulant curvo. Per offrire sufficiente comodità, è consigliabile scegliere un prodotto la cui superficie di camminata sia lunga almeno un metro e larga 40 centimetri.

RESISTENZA CARDIOCIRCOLATORIA



La superficie curva spinge a correre utilizzando la parte anteriore del piede, il che riduce l'impatto sulle articolazioni, con un maggiore coinvolgimento del core e del tronco avendo un'angolazione di corsa ergonomicamente corretta.



Con l'uso di un tapis roulant curvo il consumo calorico medio può essere superiore del 30% rispetto all'utilizzo di un tapis roulant classico a motore. Nella scelta del tapis roulant curvo bisogna considerare lo spessore del nastro: un nastro più spesso, almeno 2 o 3 millimetri, offre un livello di ammortizzazione superiore e protegge le articolazioni dal rischio di traumi.

IN PRIMA LINEA CON CIWAS

UN INTENSO 2020 PER
LA CONFEDERAZIONE
DEL WELLNESS E DELLE
ATTIVITÀ SPORTIVE
PER LA SALUTE

Il 2020 è stato un anno davvero impegnativo, ma nonostante le molte difficoltà e grazie al sostegno delle Confederates, gli Affiliati ed i Partner, CIWAS si è subito posta in prima fila per dare voce agli Operatori e Stakeholder del Settore.

Durante questi lunghi mesi con la Confederazione abbiamo messo insieme i pezzi di un settore da sempre indebolito dalla sua frammentazione e poca rappresentanza. Negli ultimi 20 anni infatti i vari comparti non hanno saputo trovare valide soluzioni di sintesi e collaborazione; proprio durante l'emergenza epidemiologica infatti le Strutture Sportive, verificata la mancanza di una rappresentanza strutturata ed autorevole, hanno sentito l'esigenza di dare vita a nuove Associazioni di Categoria. Negli ultimi 8 mesi molte di queste innovative Sigle Associative hanno avviato una sana e sinergica collaborazione in Ciwas, mettendo da parte le disuguaglianze, ma rispettando e mantenendo le loro eccezionali individualità.

CIWAS, insieme con le Confederates, ha rappresentato Istituzionalmente il Settore in molte occasioni e al tempo stesso fornisce tutela, assistenza e supporto agli Affiliati. Un Network di Stakeholders che hanno scelto di unirsi per lo sport e per

il bene delle loro attività. Una reale unione di intenti e obiettivi che, in pochissimo tempo, ha posizionato la Confederazione e le Confederates in prima linea nella gestione dell'emergenza e nell'interlocuzione con tutte le Istituzioni.

Una conquista per un intero Settore che da anni sconta il caro prezzo della frammentazione, ma se anche tu vuoi unirti a Ciwas, puoi farlo su www.ciwass.it/iscrizione

Una strada sicuramente in salita quella che ci attende, ma per trovare la giusta motivazione vogliamo ripercorrere insieme le tappe del nostro percorso in numeri:



1 Il Meeting direttamente con il Premier Conte, il Ministro delle Finanze e il Ministro dello Sport del 27 Ottobre. Un'importante occasione dove abbiamo manifestato tutta la preoccupazione per le nuove chiusure e l'estrema necessità di urgenti misure per bloccare i costi.

3 Le "Piazze" in cui Ciwas è scesa in campo: il 30 Ottobre a Firenze con SAFIT Toscana, il 4 Novembre a Roma a Piazza Montecitorio, il 10 Dicembre a Genova con ASL Liguria e altri.

4 Le audizioni e i contributi condivisi con il Senato e la Camera dei Deputati.



tutelare, accrescere e proteggere il Settore del Wellness e delle Attività Sportive per la Salute

Ciwas si pone importanti obiettivi che partono dall'affrontare al meglio l'emergenza COVID-19 ma soprattutto la **delicata fase di ripresa**; è fondamentale gettare le basi per la **nuova normativa fiscale e giuslavoristica** necessaria per il comparto, e al riguardo lo scorso 5 Gennaio Ciwas ha protocollato presso la **Settima Commissione del Senato** una lunga nota tecnica sulla prevista Riforma dello Sport, presentata poi anche alla Commissione Cultura e Istruzione della **Camera dei Deputati** tramite Agisi.

Il punto di svolta per il nostro comparto sarà quello di **aumentare l'autorevolezza degli stakeholder del Settore Wellness e delle Attività Sportive** come **presidio di Salute e Prevenzione**. Un percorso per il quale è necessario prima di tutto creare le condizioni normative per la qualificazione professionale dei Manager e dei Tecnici Sportivi ampliando le interazioni con gli specialisti della prevenzione.

Per la ripartenza sarà importante diffondere i valori dello **Sport e del Wellness come attività di prevenzione e promotori della Salute**, in linea con le indicazioni del *Global Action Plan on Physical Activity* dell'Organizzazione Mondiale della Sanità sviluppate in base al punto 3) Salute e Benessere, dell'Agenda per lo Sviluppo Sostenibile dell'ONU. In questo articolo abbiamo ripercorso le tappe del nostro passato ma ora è il momento di riflettere su quante sfide abbiamo per il futuro.

Ci aspetta un futuro incerto dove è necessario essere uniti per confrontarsi, condividere e stimolare il cambiamento. Ora più che mai dobbiamo essere uniti !

Uniti per lo sport e uniti per il bene delle nostre attività. ■

7 Le Petizioni, i **Manifesti** e gli Appelli Corali diventati virali sui social e ripresi da giornali, radio e TV.

11 Le Associazioni di Categoria, Comitati, Gruppi ed Unioni che hanno scelto di diventare **Confederate** con Ciwas.

17 I VideoIncontri con il **Ministero dello Sport, Senatori, Onorevoli e Assessori Regionali**.

24 Le **Note Tecniche** inviate alle Istituzioni per rappresentare le Istanze del Settore.

95 L'articolo del **Decreto CURA ITALIA** che cita ufficialmente in relazione tecnica il contributo e gli emendamenti presentati da CIWAS per la **sospensione dei canoni di concessione e riduzione affitti**.

150 Gli euro di detrazione previsti nella rimodulazione del **Bonus Wellness** inserita come Ordine del Giorno alla Camera dei Deputati insieme ad altre misure.

216 L'articolo del **Decreto Rilancio** dove abbiamo ottenuto: **Proroga Concessioni, Riduzione Affitti, Voucher Abbonamenti**.

470 I **Palloncini rossi** con cui abbiamo invaso con Associazione

Sport Liguria la Piazza de Ferrari a Genova ed aperto il dialogo con l'Assessore allo Sport Liguria.

Oltre 1.700 Sono le **Strutture Sportive**: Palestre, Piscine, Scuole Danza e Centri Sportivi in genere rappresentati da Ciwas e le Confederate in tutta Italia.

Nuove sfide ci attendono nel 2021, ma siamo certi che #UnitiPerLoSport potremo affrontarle al meglio per



2021: ANIF C'È



2020, UN ANNO DI SFIDE, DI CRISI MA ANCHE DI GRANDE VISIBILITÀ
PER IL NOSTRO SETTORE. L'IMPEGNO DI ANIF È STATO INCESSANTE

A gennaio 2020, il “nuovo” anno, era iniziato per ANIF (Associazione Nazionale Impianti per lo Sport e Fitness) con i consueti appuntamenti della stagione: fiere, convegni, meeting... tuttavia l'aria è diventata presto tesa e di grande timore. Non avremmo di certo potuto immaginare di vivere una pandemia, né tantomeno sapevamo cosa realmente fosse e che tipo di impatto ci sarebbe stato nella vita, privata e lavorativa, di ognuno di noi.

Il valore dell'esperienza

I vertici ANIF erano principalmente concentrati sulla Riforma dello Sport, poiché, in seguito ai numerosi “attacchi” ricevuti sia dall'Agenzia delle Entrate (che disconosceva l'esenzione IVA relativa alle entrate istituzionali secondo una erronea interpretazione degli aiuti di Stato), sia dall'INPS (che invece disconosceva la natura dei contratti di compenso sportivo e amministrativo – correttamente utilizzati ai sensi dell'Art. 37 comma 1 LETT.M del TUIR) il

settore sportivo stava subendo, da anni, numerosi controlli e ingiuste sanzioni. Si era istituito quindi un dialogo di collaborazione con il Ministero delle Finanze, per la questione dell'IVA, e con il Ministero dello Sport, per i contratti di lavoro. Dopo le prime riunioni, questo iter di lavoro è stato fermato per far fronte all'emergenza Covid. Onestamente ai primi segnali di allarme ricevuti dai nostri soci, in particolare della Lombardia, che denunciavano un evidente calo di presenze nei

centri sportivi, abbiamo cercato di tenere saldi i nervi e avere una visione lucida: “andrà tutto bene, non possono fermare lo sport, non saranno di certo i club ad essere luoghi di contagio...” erano questi i pensieri più comuni.

Poi abbiamo dovuto fare tutti i conti con il lockdown e tutto quello che ne è scaturito.

ANIF si occupa da 25 anni di tutelare e rappresentare il comparto dello sport dilettantistico ed è sempre stata l'unico interlocutore per il settore con le istituzioni. Solo da un paio di anni, sono nate altre organizzazioni associative e, mai come nel 2020, sono diventate numerose e attive. Un dato che ci conforta e ci stimola poiché, in questo modo, abbiamo potenziato notevolmente l'azione del settore. Tutti ci siamo adoperati per cercare di tenere aperti i centri sportivi, tutti abbiamo lanciato petizioni e raccolte di firme, ma la crescita a dismisura del contagio ha reso vano ogni tentativo e ci siamo dovuti piegare al volere del CTS.

Azioni

ANIF si è tempestivamente concentrata (da allora fino a oggi) su due obiettivi:

1. Riaprire appena possibile i centri sportivi
2. Chiedere sussidi e aiuti attraverso numerosi decreti anti-crisi unitamente al portare avanti la riforma dello sport.

Ecco che nei 3 Decreti di primavera **ANIF** ha presentato circa 40 richieste ed emendamenti attraverso politici di riferimento nell'ambito del Ministero dello Sport e del Ministero delle Finanze.

Purtroppo dal 25 ottobre ci è piombata addosso un'altra chiusura e siamo tornati a batterci per il settore sia con altri emendamenti

simili a quelli di primavera (ne abbiamo presentati altri 25), sia con la Riforma.

Oggi siamo in trepida attesa della riapertura e, come tante altre categorie, siamo tutti “nelle mani” del CTS e dei dati di diffusione del virus. Purtroppo tanti centri sportivi hanno chiuso i battenti per sempre e ci saranno tante difficoltà e incertezze nel prossimo futuro.

Risultati

ANIF ha da sempre un dialogo aperto e collaborativo con le istituzioni governative in carica perché sono loro che possono dare un seguito fattivo e deliberare provvedimenti adeguati. Chiaramente anche le altre organizzazioni hanno cercato di fare tutto il possibile e abbiamo lavorato sugli stessi obiettivi, proponendo a volte gli stessi emendamenti, andando quindi a rafforzare l'azione.

- Cassa integrazione
- Sussidi per i contratti amministrativi e sportivi
- Riduzione e posticipazione degli affitti sia pubblici che privati
- Voucher di restituzione del periodo di abbonamento non fruito
- Finanziamenti a tasso agevolato e garantiti dallo Stato
- Finanziamenti a tasso 0 garantiti dallo Stato fino a 25mila euro erogati da Credito Sportivo
- Finanziamenti a fondo perduto (che purtroppo per mancanza di fondi sono estremamente bassi rispetto alla perdita di flusso economico dei centri sportivi) e tanti altri...

Questi indubbiamente i provvedimenti più interessanti che siamo riusciti ad ottenere, ma anche altri minori, che hanno dato respiro per arrivare alla riapertura di giugno. Tuttavia insufficienti nella loro entità per una effettiva ripresa.

Durante il lockdown abbiamo partecipato alla stesura dei protocolli dei presidi anti-Covid che sono stati poi emanati dal Ministero dello Sport e recepiti da tutti i centri sportivi. Sempre durante il lockdown abbiamo organizzato video call e webinar per fare squadra con gli operatori e abbiamo avuto il privilegio di prendere parte a confronti e scambi internazionali, grazie al ruolo strategico che **ANIF** ricopre sia con EuropeActive, sia con IHRSA. Con la riapertura di fine maggio i club, seppur con gravi difficoltà finanziarie, sono ripartiti con grande ottimismo. A settembre **ANIF** ha ripreso i lavori per la Riforma dello Sport, che va ormai avanti da diversi anni soprattutto per la necessità di regolamentare i contratti degli istruttori e dello staff amministrativo. Anche qui abbiamo cercato e tuttora cerchiamo di condividere la necessità di contribuzione (mai esistita per questi contratti), facendo però presente che il settore la può sopportare solo se ridotta notevolmente o finanziata in buona parte dallo Stato.

Ruolo sociale dello sport

È un settore che deve godere di sgravi fiscali per l'importante valore sociale e formativo. Nei centri sportivi vengono avviati allo sport i giovani, si allenano gli atleti Olimpici, si insegna un sano stile di vita con un notevole abbattimento della spesa pubblica per la salute. È per questo che l'introduzione della contribuzione deve essere in parte finanziata e per quanto riguarda le normative tributarie/fiscali occorre la conferma non più contestabile delle agevolazioni.

ANIF c'è, come c'è stata nelle battaglie condotte in questi 25 anni di storia. L'unica certezza che ci consola è che questo settore è indispensabile per lo sviluppo sociale ed economico del Paese e che la voglia di sport non verrà soffocata neanche dal Covid-19! ■



più forti insieme

segreteria@anifeurowellness.it
Tel: 06.61522722
www.anifeurowellness.it

ENTERTAINMENT IN PALESTRA

NON SERVE SPENDERE CIFRE ESORBITANTI PER OFFRIRE LA VISIONE DI QUALCHE FILMATO SUGGERITIVO O DI QUALCHE EVENTO SPORTIVO NEL PROPRIO CENTRO, MA COME SEMPRE, BISOGNA CERCARE DI SPENDERE BENE I PROPRI SOLDI

Le pubblicità ci riempiono gli occhi di televisori sempre più grandi con immagini strabilianti, ma per un TV da utilizzare in un centro sarebbero soldi sprecati. Il mio consiglio è comunque di scegliere un TV “di marca”: la differenza di prezzo con i modelli di brand sconosciuti che si trovano spesso nella grande distribuzione non è molta e puntando su nomi noti si può contare su un’assistenza maggiore e su qualche feature interessante. Un elemento importante per la scelta del TV LCD da mettere in un centro è il tipo di pannello: ne esistono sostanzialmente di due tipi, VA (Vertical Alignment) e IPS (In Plane Switching). Non ci interessa in questo momento capirne le differenze tecniche, ma l’importante da sapere è che il primo ha un angolo di visione estremamente ridotto, ovvero l’immagine perde notevolmente qualità quando non ci si posiziona direttamente di fronte al TV, come è normale che avvenga in



un centro. Il tipo di pannello non è un dato che i produttori dichiarano sempre (solitamente in casa ci si posiziona comunque di fronte al TV) ma è necessario andare a “spulciare” la scheda tecnica per scoprirlo.

L'audio

Normalmente chi si allena preferisce ascoltare i propri brani con le cuffie, gli auricolari o al limite ascoltare la musica diffusa dagli altoparlanti del centro (mi raccomando di non fare l’errore di tenerli troppo alti proprio per evitare di dare fastidio

a chi usa le cuffie).

Se mettete un TV nella Club House e volete evitare di dover alzare troppo il volume quando fate vedere un match, potete usare il “trucco” di collegare l’audio a dei diffusori (meglio se Bluetooth) e posizzionarli vicino agli spettatori: in questo caso assicuratevi che il televisore consenta questo tipo di connessioni (il 90% dei TV permette di collegare speaker normali, ma non tutti permettono invece la connessione con diffusori Bluetooth).

Il posizionamento in palestra

È molto più complesso di quanto non possa sembrare: è necessario tenere conto di mille riflessi e posizionare i TV in modo che non influiscano in alcun modo sulla sicurezza degli appassionati (mai posizionare il TV sopra una zona di allenamento!).

Gestire le vetrate è una vera impresa: se rivolgete i TV verso la sala e avete una vetrata dietro, l'intensa luminosità posteriore ne impedisce la visione, se invece li mettete dal lato opposto della sala dovrete fare i conti con fastidiosi riflessi.

Il peso non rappresenta più un problema: i TV più recenti sono sottili e leggeri e si possono appendere al muro con i supporti che ne consentono anche l'inclinazione e la rotazione. Questi utilizzano uno standard per i fori sul retro del TV detto VESA: assicuratevi al momento dell'acquisto che questi sia presente.

Un TV adatto a ogni location

A seconda del tipo di club potreste mettere qualche TV più piccola anche negli spogliatoi, così da permettere agli appassionati di vedere la fine di una partita mentre si cambiano.

Se poi siete così fortunati da avere una Club House o una sala dedicata al relax potete sfruttarla per proporre la visione di match importanti con uno schermo grande. In questo caso il mio consiglio è quello di prendere in considerazione uno dei TV Laser di HiSense: si tratta di un videoproiettore posizionabile a poco più di una spanna dalla parete, che consente di avere uno schermo da 80 o addirittura 100 pollici di diagonale (oltre due metri e mezzo). Ha inoltre il sintonizzatore per i canali TV, supporta i servizi in streaming (Netflix, YouTube, Dazn, etc) ed ha due altoparlanti integrati sufficientemente potenti da far sentire chiaramente la telecronaca. Il costo è importante (4.000 e rotti euro di listino), ma HiSense offre 1.000 euro di rimborso fino a fine marzo. Volete un'alternativa più elegante? I TV Samsung Serie The Frame hanno la caratteristica di sembrare dei veri e propri quadri quando non



visualizzano i programmi TV: dotati di una cornice personalizzabile visualizzano una serie di opere d'arte o di immagini (potete anche far vedere immagini evocative di qualche partner) con un bassissimo consumo energetico e con un effetto che li fa sembrare veri. Ovviamente è una scelta piuttosto particolare che può però aumentare l'eleganza e il prestigio di una club house.

I contenuti

Installare uno o più TV e lasciare per la visione dei talk show pomeridiani non ha senso. Ricordatevi che l'audio sarà difficilmente percepibile e punta a immagini suggestive: ci sono diversi canali tematici, sia con il digitale terrestre, sia tramite satellite. Anche l'offerta in streaming è sempre più vasta ma in effetti al momento non molto adatta a un centro. Potete inoltre registrare dei video dei vostri workout (magari ne avete preparato qualcuno durante il lockdown) che potete far vedere in loop utilizzando una semplice chiavetta USB. Far vedere i match importanti (di qualsiasi sport) rappresenta una buona occasione d'incontro ed evita "l'effetto Champions", con le palestre vuote: oggi potete contare sull'offerta di Sky, con il quale però ricordate che dovete sottoscrivere un abbonamento

speciale per la visione nei luoghi pubblici, DAZN via streaming, che offre anche i contenuti di *Eurosport*, e *Amazon Prime* che concentrerà parte della propria offerta proprio sugli eventi sportivi (si è recentemente aggiudicata le 17 migliori partite del mercoledì di Champions).

Consigli per una buona scelta

- Se prendete più televisori sceglieteli tutti uguali, potrete sfruttare economie di scala in caso di guasto e scambiare eventualmente i telecomandi. Se avete esigenze diverse potete scegliere dimensioni differenti mantenendo la stessa serie.
- Evitate i pannelli VA, che non permettono la visione se non frontalmente
- Non date troppa importanza all'audio
- Posizionate il TV in maniera intelligente, cercando di evitare i riflessi, ma non vi dannate se non riuscite (è davvero difficile in una palestra), gli appassionati vengono per allenarsi, non per vedere la TV.
- Meglio più TV di dimensioni inferiori in posti diversi che uno grande, che inevitabilmente sarebbe visibile solo lateralmente ed è più difficile da posizionare. ■

PREPARIAMOCI PER LA RIPARTENZA



VEDIAMO COME
CAPIRE SE
I MACCHINARI
HANNO
SOFFERTO IN

QUESTI MESI DI STOP
FORZATO E SCOPRIAMO
COME "RIMETTERLI
IN FORMA"

Il nostro settore è stato tra quelli più colpiti e danneggiati da questa pandemia, come se l'aria che respiriamo e le cose che tocchiamo in un qualsiasi negozio siano diversi dagli ambienti delle palestre. Ma bisogna guardare al futuro e iniziare a pensare quando sui blocchi di partenza sentiremo quel "Bang" che ci darà il via per ricominciare a lavorare.

Che sia in modo contingentato oppure a normative restrittive, oppure a pieno regime, la cosa da chiedersi sarà: "Siamo veramente pronti?"

Moltissimi locali hanno attrezzature che sono rimaste ferme per mesi e sicuramente a temperature basse senza riscaldamento e probabilmente con più umidità rispetto al normale, quindi sarà necessario iniziare a capire e vedere se tutto è in ordine e se possiamo "riaprire" senza avere delle sorprese inaspettate.

Vediamo allora alcune cose da verificare e controllare, per non attaccare al primo giorno di riapertura, il famoso foglietto "guasto" su qualche attrezzo.



Isotoniche

Come già detto in altre occasioni sono attrezzi che non hanno bisogno di particolari attenzioni, ma se sono ferme da mesi una pulita sulle camme di scorrimento dei pesi e una lubrificata non

farebbe male, consiglio: **non utilizzate un panno di carta per pulire e spargere il lubrificante dopo averlo applicato** perché è troppo assorbente, capisco che in una sala attrezzi sia la cosa più semplice e facile da reperire,



ma sarebbe meglio un panno di tessuto o meglio ancora di lana o simile, che si può riutilizzare nel tempo e che permette di mantenere una pellicola protettiva sulla camma, facilitando lo scorrimento e aumentando la durata dell'effetto. Altro particolare a cui fare attenzione è il pellame di ricopertura delle sedute e degli schienali. Nel primo lockdown sicuramente li avrete puliti e sanificati molte volte ma attenzione: mi è capitato di vedere già pellami scoloriti e opacizzati, probabilmente il prodotto usato era troppo aggressivo, c'è chi usa alcool puro oppure prodotti con percentuale di ammoniaca relativamente alta. Capisco che è una voce di spesa in più da sommare a tutte le altre per adeguarsi a questa situazione, ma a conti fatti **costa meno un prodotto idoneo piuttosto che dover ricoprire o cambiare intere imbottiture.**

Ultima cosa provatele una a una e sentite se il movimento è fluido o a scatti e soprattutto che non si sentano cigolii, altrimenti verificate prima tutti i cuscinetti e i leveraggi: probabilmente basta solo un po' di lubrificante.

Treadmill

Entriamo poi nel dettaglio dei treadmill, se sono stati fermi diversi mesi **non spaventatevi**

se quando lo accendete sentite un "toc" che si ripete ciclicamente alla stessa velocità, probabilmente è la piegatura del nastro creatasi sui rulli rimasti fermi, dopo qualche minuto di utilizzo dovrebbe sparire se così non fosse allora bisogna capire da dove viene il rumore. Restando fermi e non essendo utilizzati prima di far salire qualcuno verificate la lubrificazione tra nastro e tavola, soprattutto se avete tappeti autolubrificanti (con vaschetta di lubrificante nel vano motore o nel telaio) perché può essere che si sia asciugato. Comunque per questi tappeti sarebbe importante capire se tutto il sistema di lubrificazione funziona oppure se è da revisionare perché intasato o bloccato. Per tutti gli altri tappeti la verifica è molto semplice, infilate una mano al centro del tappeto tra nastro e tavola e sentite se ancora leggermente "umida" oppure "secca", in questo caso è bene fare una buona lubrificazione. Mi raccomando **non usate solventi come WD40, Svitol, o similari:** non fanno altro che peggiorare la cosa, utilizzate solo lubrificanti idonei a seconda del tipo di modello che avete, tavole e nastri non sono tutti uguali, per farvi un esempio è come l'olio del motore delle automobili, non si usa certo lo stesso per quelli a benzina, quelli

diesel, i marini, oppure quelli a 2 tempi. Per i tappeti vale lo stesso principio!

Attrezzature cardiovascolari

Cosa un po' più delicata sono le attrezzature cardiovascolari che sono da controllare e verificare nel loro funzionamento. Bike, ellittiche, step, scale, se non sono state in ambienti freddi e umidi, alla riaccensione non dovrebbero dare problemi salvo abbiate attrezzi autoalimentati, in questo caso anche se al primo movimento si accendono subito sarebbe opportuno verificare lo stato di carica della batteria, molti attrezzi permettono di verificare lo stato di carica direttamente dal display, con altri c'è da accenderli e provarli uno ad uno. Se non volete fare questo lavoro potete fare alcune verifiche iniziali. Salite sull'attrezzo e utilizzatelo almeno per 5 minuti, se il display impiega qualche secondo ad accendersi è il caso di verificare la batteria, stessa cosa se interrompendo l'esercizio il display si spegne subito, probabilmente la batteria tampone ha un voltaggio troppo basso. Di norma utilizzando gli attrezzi la carica si ristabilisce, ma se sapete che quella batteria ha già diversi anni vi conviene preventivamente cambiarla. Concludendo: sugli attrezzi autoalimentati fatevi un bell'allenamento facendo un circuito di almeno 5 min su ogni attrezzo, è sempre stato il modo migliore per verificarne l'efficienza di ogni sua parte.

Adesso sapete come fare i primi check: cosa Vi serve? Un paio di scarpe da ginnastica e buona volontà, magari potrebbe essere una scusa per ricominciare ad allenarsi perché a volte si "predica bene, ma si razzola male". ■

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

SAPER SELEZIONARE IL PERSONALE



LA SELEZIONE DEL PERSONALE, È UN TEMA MOLTO IMPORTANTE CHE IL CLUB MANAGER DEVE SAPER AFFRONTARE CON CHIAREZZA, E SEGUENDO AZIONI BEN DEFINITE

La selezione del personale deve essere funzionale agli obiettivi del club. Una selezione efficace deve avere come obiettivo principale quello di riuscire ad “arruolare” nella propria squadra, professionisti che rispondano e corrispondano alle competenze fondamentali per supportare ed apportare servizi qualitativi al modus operandi del Club.

La selezione funzionale

Vediamo insieme alcuni passi importanti per affrontare al meglio i processi legati alla selezione del personale, e trovare la migliore risposta organizzativa e di pianificazione.

Il primo quesito a cui dobbiamo rispondere è perché dobbiamo avviare una nuova selezione ovvero quali sono le motivazioni su cui orientare le nostre energie, qualche

domanda sarà di suggerimento: Cerchiamo ulteriori professionisti legati a nuovi progetti? Abbiamo la necessità di cambiare e rinnovare lo staff in essere? Quali competenze e risorse devono possedere i candidati?

Chiariti gli obiettivi di base, è opportuno indirizzare le proprie energie e risorse per scegliere i canali migliori attraverso i quali avviare la richiesta di

comunicazione per la selezione: passaparola tra i collaboratori? Utilizzo di piattaforme di selezione? Pubblicazioni dell'annuncio sulle più accreditate pagine social? Gli elementi sopra indicati sono la "conditio sine qua non", ovvero il primo e importante punto di partenza per iniziare il processo di selezione e, soprattutto, quello che ci permette di raggiungere l'obiettivo.

Una prima scrematura

Effettuata questa prima fase comunicativa/informativa, ci troveremo probabilmente inondati di curriculum vitae e sarà opportuno adottare una strategia comunicativa: rispondiamo a tutti coloro che hanno inviato il proprio curriculum vitae, informandoli che la propria candidatura sarà presa in considerazione nella prima fase di selezione: personalmente lo reputo rispettoso per ogni professionista che abbia dedicato il suo tempo e creduto in primis nel progetto di selezione. Lo step successivo è fare **una prima cernita per titoli e distanza dal Club**. Poi controllare che i requisiti rispondano alla richiesta: questa fase è importante perché spesso i candidati non leggono tutte le richieste e inviano curriculum vitae con poca cura, motivo per cui è fondamentale perdere poco tempo in queste circostanze.

Avviata questa prima fase di informazione/richiesta di selezione, sarà molto importante **dedicare tempo e attenzioni alla lettura dei curriculum vitae, iniziando in prima battuta a creare delle liste di priorità**, ovvero per titoli, competenze, esperienze e per soft skill, che rispondano ai valori del Club e della nostra organizzazione. Un altro elemento da prendere in considerazione è cosa fare per valutare il candidato. Il mio suggerimento è prendere spunto dalla formula della professionalità ovvero da questo tipo di equazione: **professionalità = competenze + motivazione + atteggiamento mentale**.

A ogni elemento dell'equazione, il candidato (o la candidata), deve rispondere con proprietà di linguaggio, con esempi concreti,



Non c'è mai
una seconda
occasione per
fare una buona
impressione la
prima volta

Oscar Wilde



e deve sapere dimostrare come è riuscito, nelle precedenti e attuali esperienze professionali, a **declinare ogni elemento della formula sopra indicata, nel suo lavoro, nel rapporto con i propri responsabili e nelle relazioni con i colleghi**. Attraverso questi principi risulta chiaro ed evidente, quanto il candidato sia allineato al nostro modo di lavorare e di sviluppare progetti insieme.

Non lasciarsi distrarre

Il selezionatore deve sempre in ogni caso, conoscere gli strumenti appropriati di selezione e saper soprattutto valutare il candidato con criteri oggettivi senza farsi "trasportare" da mere indicazioni, come pregiudizi legati ad aspetti fisici o semplici situazioni di circostanza come un curriculum vitae impaginato molto bene o altri motivi che potrebbero condizionare l'obiettività valutativa. Questa fase è la chiave di volta nel processo di selezione ed è opportuno dedicare tempo ed energie appropriate, perché come disse Oscar Wilde: *"Non c'è mai una seconda occasione per fare una buona impressione la prima volta"*.

Il concetto di reciprocità

Proprio perché la prima impressione resta indelebile nelle reciproche memorie, anche noi

come selezionatori, dobbiamo impressionare positivamente il candidato, ovvero dobbiamo essere: puntuali, conoscere il *curriculum vitae* (contenuto, competenze, risorse), essere molto chiari negli obiettivi esplicitati e richiesti, conoscere i motivi e la *mission* aziendale, saper dedicare tempi ed energie opportune per ogni candidato e, soprattutto, dobbiamo saper formulare domande pertinenti, che possano creare una relazione costruttiva e professionale, in ogni momento legato alla selezione. Durante il colloquio di selezione, si deve instaurare un clima di professionalità e di rispetto reciproco così che si evidenzino, con chiarezza e trasparenza, ogni sfumatura che unilateralmente può emergere durante l'incontro al fine di "selezionare" nel vero significato del termine.

Possiamo paragonare questa fase a una vera propria e negoziazione dove entrambi, ovvero selezionatore e candidato, devono uscire entrambi soddisfatti.

Una negoziazione soddisfacente per uno solo dei due porterà spesso in futuro a malintesi e dissapori assai difficili da risolvere.

È vero che è il Club ad aver dato il via a una selezione, ma è altrettanto vero che anche al candidato dobbiamo dare un'immagine di serietà e professionalità, così da intraprendere un percorso professionale assieme: collaborare insieme è intraprendere un percorso sapendo che ogni terreno può avere le sue asperità, e insieme, vanno gestite e superate.

Nel libro *Gesù come Manager*, di Bob Briner, un testo molto istruttivo per ogni Manager, si legge: *"Gesù scelse i suoi discepoli e lo fece con attenzione. È vero che uno dei dodici lo tradì, ma vorrei essere riuscito io a scegliere i giusti collaboratori 11 volte su 12"*. ■

Sandro Castellana

Club Manager presso il Club San Lanfranco Pavia, Life & Sport Mental Coach Professionista e Formatore per Issa Europe, relativamente alle materie sulla comunicazione, motivazione e comportamento.

COME OTTENERE SOLDI DALLE BANCHE



**ECCO ALCUNI
PREZIOSI
CONSIGLI,
SEPPUR INSOLITI,
PER AIUTARE
GLI IMPRENDITORI A
OTTENERE PIÙ FACILMENTE
CREDITO BANCARIO**



Marco Massari, ex bancario e consulente al servizio delle aziende e degli imprenditori, ci fornisce preziosi consigli su come ottenere più agevolmente credito da parte delle banche. Una delle poche certezze di quest'anno, infatti, è la consapevolezza che quando arriverà il momento della ripresa i manager di palestra dovranno farsi trovare pronti. Questo non vuol dire soltanto avere le idee chiare sul da farsi, ma anche avere la liquidità sufficiente per farlo. Oggi, però, le banche tendono a 'chiudere i rubinetti' e ottenere un fido non è sempre semplice, ma ci sono alcune cose che si possono fare per "portare l'acqua al proprio mulino", ottenendo più facilmente una risposta positiva.

Fatevi assistere

Andreste in tribunale senza un avvocato? Ovviamente no. La stessa cosa, dovete farla con le banche. Ormai, sono finiti i tempi dei "soli rapporti umani", ciò che conta davvero sono i numeri e le statistiche. Dunque, vi consiglio di farvi assistere nelle negoziazioni con le banche da una persona esperta, che potrà essere il vostro commercialista, se competente in queste operazioni, oppure un consulente specializzato. Nella stragrande maggioranza dei casi, vi verrà richiesto un business

plan, che non dovrà essere né eccessivamente lungo, né troppo breve, e soprattutto dovrà evidenziare: **perché vi servono i soldi, in quale forma tecnica li richiedete, e come pensate di restituirli.** Le banche sono solite, inoltre, calcolare degli indicatori particolari, e mettere in evidenza una serie di indici e valori come, ad esempio, il MOL, che non è indicato nel bilancio ufficiale. Se il vostro business plan sarà confezionato in modo da rispondere già alle domande che le banche fanno, avrete già metà del lavoro fatto.

Chiedete un fido quando non vi serve

La maggior parte degli imprenditori è convinto che essere poco indebitati sia un vantaggio nel richiedere fidi alle banche. Questa cosa è certamente vera, ma lo è solo in parte. Le aziende sovra indebitate non vengono finanziate, ma è anche vero che avere già un po' di debito bancario vi sarà d'aiuto. Questo perché esistono le "banche dati", di cui le principali sono CRIF e Centrale Rischio, in cui i vostri comportamenti creditizi passati vengono registrati e successivamente interrogati da chi sta valutando se darvi nuovi finanziamenti. L'aspetto assurdo è questo: **se non siete**

presenti in queste banche dati, nessuna statistica potrà essere fatta sul vostro conto, e nessuno potrà dire se, in caso di prestiti, li avreste restituiti. Meglio, dunque, avere degli impegni bancari e dimostrare di essere corretti nel loro utilizzo, piuttosto che risultare sconosciuti al Sistema bancario. Iniziate a chiedere dei piccoli fidi, anche quando non vi servono, per poi aumentarli gradualmente oltre la soglia dei 30.000 euro (valore sotto il quale i dati non vengono comunque inseriti in "Centrale Rischio"). Non vi servono? Non è importante, Oggi il costo del danaro è ai minimi storici e tutto ciò vi verrà comodo quando avrete bisogno di cifre più consistenti, per dimostrare di essere buoni pagatori.

Scordate la botte piena e la moglie ubriaca

Il sogno di quasi tutti gli imprenditori italiani, e i gestori di club non fanno eccezione, è pagare meno tasse possibile, o ancor meglio, non pagarle del tutto. Per questo, vessano spesso i commercialisti con richieste assurde, per "scaricare" ai limiti della decenza. Un tempo, su queste modalità c'era un tacito accordo con le banche e

addirittura c'era chi faceva due bilanci, uno per lo Stato e uno per le banche. Oggi, scordatevi tutto questo: siamo nell'epoca dei rating, delle statistiche, della supremazia dei numeri e dei computer. Del vostro "nero" non importa nulla a nessuno, oltretutto sapete che c'è un focus molto alto sulla legalità d'impresa e sull'antiriciclaggio: il vostro "approccio" fiscale potrebbe essere scambiato per associazione a delinquere. **Dimenticatevi di poter avere le dichiarazioni dei redditi da nullatenenti e, contemporaneamente, di vedervi spalancare le porte del credito.** Non funziona più così. Concentratevi, invece, sul produrre i migliori conti possibili, e sulle strategie per crescere, in modo da avere, l'anno successivo, anche i soldi per pagare le tasse.

Teste di legno

Parliamoci chiaro: i prestanome (detti in gergo "teste di legno") sono illegali. Ci sono, però, delle situazioni limite: ad esempio, potete anche

essere un ottimo imprenditore, ma se nel vostro passato ci sono macchie creditizie, difficilmente otterrete un fido. Sono quei casi in cui il direttore di Filiale vorrebbe anche concedervi il fido ma non può fare nulla. La situazione, oggi, è dunque questa: se nel vostro passato avete "macchie" come fallimenti, protesti, segnalazioni per cattivo utilizzo di carte di credito, ipoteche giudiziali, situazioni di sconfinamento non risolte con banche o finanziarie, scordatevi di poter accedere al credito, o ritenetela una strada molto difficile da percorrere. Saranno le stesse banche a consigliarvelo: se avete dei problemi, uscite dalla società e, magari, fatevi assumere come dipendente. Lasciate quindi che a comparire siano i soci "puliti".

Sfruttate la Legge d'Attrazione

Henry Ford disse: "Che tu creda di farcela o di non farcela, avrai comunque ragione", questo è uno degli aforismi citati dai fautori

della "Legge di Attrazione". Detto in parole povere, è facile che si manifesti ciò che crediamo possibile. Se andiamo in banca con il terrore che ci venga detto di no, lo scenario più probabile sarà esattamente questo. Invece, **se sapremo entrare nello stato mentale ed emotivo dell'obiettivo raggiunto, le possibilità di riuscita aumenteranno.** Rilassarsi è fondamentale, anche se so benissimo che è difficile farlo quando gli affari non vanno come vorremmo, e abbiamo bisogno di liquidità. Anche per questo a volte dobbiamo compiere scelte apparentemente illogiche, come chiedere fidi quando non ne abbiamo bisogno. Lo stato di necessità è e sarà sempre il nostro peggiore alleato. ■

Marco Massari

Si definisce non un semplice consulente d'azienda, ma il "braccio destro degli imprenditori". Autore, è l'ideatore del Metodo Massari, a sostegno dello sviluppo del business. www.marcomassari.eu

ANNUNCI GRATUITI

COMPRA E VENDI
ATTREZZATURE
PROFESSIONALI
DA PALESTRA



CLICK

www.lapalestra.it/annunci

PARTNERSHIP TRA PALESTRE E AZIENDE



LE CONVENZIONI TRA PALESTRE E AZIENDE POSSONO RAPPRESENTARE MOLTO PIÙ DI SEMPLICI ELARGIZIONI DI SCONTI E PROMOZIONI, BENSÌ ESSERE LA BASE DI UN RAPPORTO DURATURO DI PARTNERSHIP VANTAGGIOSA PER ENTRAMBI I SOGGETTI

Sempre più palestre stipulano convenzioni con varie aziende nella speranza di vendere i propri abbonamenti ai dipendenti e ai clienti delle

stesse. Siamo sicuri, però, che la convenzione di per sé sia un incentivo per i dipendenti dell'azienda di turno a entrare nella vostra palestra? Molti di voi infatti avranno toccato con mano che non

è sempre automatico che l'azienda convenzionata diventi promotrice della vostra palestra. Lasciamo la parola alle aziende per aiutare a comprendere alcuni degli aspetti di un accordo di questo

genere chiediamo aiuto a **Rinaldo Casali, Manager di azienda** con una esperienza in questo campo.

La convenzione tra una palestra e una qualsiasi azienda è un contratto a tutti gli effetti, cosa deve sapere il gestore della palestra per intraprendere questo progetto?

Credo sia fondamentale il confronto tra la palestra e l'azienda sugli obiettivi di comunicazione e di business che devono essere da subito chiari e condivisi. Dal punto di vista normativo e contrattuale, le formule applicabili sono molteplici e ben codificate, legate agli obiettivi dell'accordo.

Cosa consigli per evitare che questo "impegno" si traduca in una mera comunicazione affissa nella bacheca fisica (oppure online) del Cral aziendale?

C'è bisogno di tempo e dedizione per rappresentare un caso di successo. **È imprescindibile a mio parere un confronto quasi quotidiano per "attivare" la partnership.** Oggi il "cliente" è alla continua ricerca di esperienze. Vuole sentirsi parte di qualcosa. Il mio suggerimento è di lavorare sulle emozioni, su tutto quanto non può essere comprato ma è riservato a chi fa parte, come dicevo prima, di qualcosa di speciale.

Il contratto di convenzione può essere l'elemento finale o meglio accessorio di un rapporto più strutturato con l'azienda?

Credo di no, piuttosto lo vedo come un primo passo per conoscersi e costruire un percorso insieme. Detto questo possiamo affermare che fare convenzioni con le aziende può essere un "affare" e rientrare a pieno titolo nell'armamentario promozionale a disposizione della palestra a patto che la convenzione non sia una iniziativa statica nel tempo lasciata a sé stessa ma piuttosto una operazione tracciata, monitorata con un controllo delle vendite e correlata a una pressione



promozionale continua. Per quanto riguarda le palestre e i viaggi, esaminiamo cosa si può fare con una convenzione. Questo caso reale va oltre alla semplice convenzione fatta da sconti e promozioni: è una iniziativa che lega la palestra ai viaggi. Nulla di inedito ovviamente, molte palestre sono da tempo convenzionate con agenzie di viaggi, ma ci racconta meglio le potenzialità di questo tipo di accordo **Enzo Carella, manager di lungo corso** di primari operatori turistici e artefice di iniziative di successo che vanno in tal senso.

Ciao Enzo, è risaputo che la motivazione nella scelta di una vacanza dipende sempre di più dalle esperienze vissute che dal luogo, è proprio così?

La vacanza è sempre più vissuta come esperienza immersiva nelle proprie passioni. **Sport, enogastronomia e natura rappresentano tre grandi temi che il turista moderno mette al centro delle proprie scelte.** Oggi i viaggiatori scelgono i luoghi delle proprie vacanze in maniera consapevole e con un occhio sempre attento alla sostenibilità, senza trascurare i comfort e la possibilità di dedicare del tempo allo stare bene.

Puoi sintetizzare cosa prevede la legislazione italiana nel caso in cui

una palestra volesse organizzare soggiorni a tema e venderli ai propri iscritti?

La legislazione italiana ed europea sono molto chiare in merito.

L'organizzazione dei viaggi è delegata alle imprese che dispongono di regolare licenza di Agenzia di Viaggi o di Tour Operator. Le ultime disposizioni europee in merito prevedono, a maggior tutela del consumatore, che ogni organizzatore di viaggi disponga anche di coperture assicurative o di fondi specifici a copertura dei rischi di viaggio e di insolvenza. La migliore soluzione è quella di affidarsi a professionisti che possono personalizzare i soggiorni a tema organizzando ogni dettaglio della vacanza: sapranno costruire insieme alle palestre le migliori soluzioni.

Con la tua agenzia hai costruito insieme a un importante network di centri fitness una convenzione che ha fatto storia nel settore turismo ma anche in quello delle palestre. Cosa ci puoi dire di questa avventura?

Sport, Benessere e Vacanza fanno rima da tanti anni. Fin dagli anni '70 le attività sportive hanno rappresentato un elemento portante dell'offerta di servizi negli alberghi e nei Villaggi Turistici.



Nei primi anni 2000 con un grande Brand italiano delle vacanze abbiamo intuito la possibilità di creare una relazione continuativa sia con gli appassionati sportivi, sia con i semplici frequentatori delle palestre. Era il tempo delle prime catene di palestre identificate da Brand Nazionali e da Brand locali. A Milano in particolare abbiamo sostenuto con un importante Network di palestre un palinsesto di iniziative dedicate ai viaggi a tema sportivo, organizzando giornate promozionali, viaggi di gruppo, così come semplici iniziative congiunte che favorissero la fidelizzazione dei clienti. È stato un successo strepitoso che in alcuni casi dura ancora oggi. **A questo punto non rimane che sentire la voce delle palestre:** facciamo due chiacchiere con

l'Architetto Livio Leardi titolare di GetFit, persona con le idee molto chiare e di grande spessore umano.

Lei è l'ideatore di Getfit Travel, cosa ci può raccontare di questa esperienza?

Avevamo l'esigenza, già 30 anni fa, di rendere i nostri clienti parte attiva dei nostri progetti perciò **abbiamo creato insieme a loro momenti di aggregazione come viaggi, cene, momenti di svago e occasioni di condivisione e divertimento**. Tutto è nato in modo spontaneo e naturale sfociando nel progetto *Get Fit Travel* che offre tuttora la possibilità ai nostri soci di acquistare da una parte pacchetti di viaggio tramite la nostra agenzia convenzionata e dall'altra di partecipare a eventi e soggiorni a tema da noi organizzati.

Lei è un architetto, quindi con una forte predisposizione ai dettagli e alla qualità. Come è riuscito a garantire ai suoi clienti lo stesso livello di qualità del servizio e di soddisfazione anche al di fuori delle sue palestre?

Affidandoci a partner specializzati e professionali che già ai nostri esordi hanno saputo cogliere la nostra filosofia facendola propria. Ma non sono state partnership a senso unico, anche noi abbiamo nel tempo migliorato la capacità di accogliere e di ospitare i nostri soci attingendo dal Dna degli hotel che ci accoglievano e ospitavano di volta in volta.

Immagino che i primi promotori delle vostre palestre siano i vostri clienti, come hanno accettato questa iniziativa?

Il servizio di agenzia di viaggi ha fatto sentire i nostri clienti sempre più parte del mondo *Get Fit*. Per loro usufruire di un servizio comodo nell'utilizzo e la consulenza dedicata, associata a vantaggi in termini economici, ha fatto il resto. Le iniziative turistiche a data fissa con eventi a tema sono un format coerente con *Get Fit* e molto apprezzato dai nostri soci.

Quali sono le problematiche che ha riscontrato in questa esperienza?

Abbiamo dovuto fare una scelta tra la cura al cliente e il volume di adesioni. La logistica degli eventi, la cura dei dettagli e la voglia di una aggregazione vera che contraddistingue da sempre *Get Fit* ci hanno imposto di limitare le iniziative a eventi selezionati e con adesioni limitate. ■

“

La convenzione tra una palestra e una qualsiasi azienda è un contratto a tutti gli effetti

”

Roberto Panizza

Professionista di tour operator, catene alberghiere e amministrazioni pubbliche per lo sviluppo e la promozione della vacanza a tema sportivo e attivo.
panizzarobi@yahoo.it



◆ **L'impresa di essere imprenditori**

di Marco Massari, PM Edizioni, 18 euro

IMPRENDITORI NON SI NASCE, SI DIVENTA

Cosa significa essere imprenditori e, soprattutto, quali sono le principali difficoltà a cui ci si deve preparare una volta che la decisione di fondare un'impresa è stata presa? In questo testo, l'autore, forte della sua esperienza consulenziale e, precedentemente, bancaria, cerca di fornire qualche interessante risposta, rivolgendosi, con uno stile molto concreto e per nulla accademico, direttamente ai conduttori di PMI (con particolare attenzione alle piccole e micro imprese). I rapporti di amore/odio con le banche rappresentano un argomento di grande rilevanza, e vengono affrontati con spirito propositivo, tentando di fornire numerosi suggerimenti per risultare vincenti. Un ulteriore focus è quello sull'autoconsapevolezza imprenditoriale, per ac-

compagnare l'azienda verso un circolo virtuoso di miglioramento che la porti, dunque, a essere capace di produrre risultati positivi e a risultare in equilibrio dal punto di vista economico, patrimoniale e finanziario. Gli argomenti trattati sono molteplici, tutti strettamente interconnessi e vengono affrontati con stile fluido, colloquiale e ricco di esemplificazioni concrete, tratte dall'esperienza dell'autore: **dalla redazione di un business plan alla "centrale rischi", passando per la finanza agevolata, i rating e l'analisi di bilancio.** In questa nuova edizione l'autore, alla luce di quanto accaduto con la crisi da COVID-19, ha aggiunto un intenso capitolo per riflettere sulla gestione d'azienda quando le condizioni esterne diventano estreme e imprevedibili.

CONOSCERE PER GESTIRE AL MEGLIO

"Tutti i numeri del fitness" è il primo manuale operativo per centri fitness e wellness scritto in un linguaggio semplice e concreto per aiutare i titolari e i manager a definire quali numeri e indicatori misurare e analizzare per avere il controllo di gestione dell'attività e raggiungere gli obiettivi economici desiderati anche senza essere esperti in economia. Scoprirete perché, soprattutto per un'attività geolocalizzata come quella del fitness, non potete concentrarvi solo sul marketing per l'acquisizione di nuovi clienti bensì monitorare costantemente la produttività e gli indici di performance del settore commerciale e tecnico, conoscere bene i vostri clienti, la loro frequenza e gli indici di fidelizzazione per incrementare i vostri margini di guadagno. **La crescente competizione e le difficoltà di questo particolare momento storico, ci impongono anche di avere una gestione particolarmente meticolosa dei costi, dei budget previsionali e dei flussi finanziari.** In 25 anni di lavoro in questo settore ho imparato soprattutto che "non puoi migliorare

ciò che non misuri". Per questo "Tutti i numeri del fitness" è uno strumento indispensabile per orientare l'imprenditore nelle corrette decisioni e azioni quotidiane: scoprirete la differenza tra gestire il vostro centro come società sportiva o commerciale; come definire gli obiettivi economici e monitorarli quotidianamente; come strutturare un reparto commerciale e misurare quotidianamente la sua produttività e i principali indicatori di performance; come scegliere il target grazie all'analisi dei vostri clienti e avere utili informazioni per il vostro marketing; come analizzare gli ingressi, le frequenze e gli indici di fidelizzazione; come misurare la produttività delle vostre sala corsi e sala fitness con specifici indici di produttività degli istruttori. E ancora come costruire il vostro conto economico profittabile e controllare tutte le uscite per centro di costo migliorando il cash flow aziendale; come usare specifici strumenti per preventivare il costo delle risorse umane e monitorarlo costantemente con relativi budget.



◆ **Tutti i numeri del fitness. Il controllo di gestione per centri fitness e wellness**

di Patrizio Viani, Strategy 4 fitness, 27 euro

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



BIKE PERSONAL O RECLINE PERSONAL

€ 5.990,00 AL PEZZO IVA E TRASPORTO INCLUSO



JOG FORMA

€ 3.990,00 IVA E TRASPORTO INCLUSO



LEG EXTENSION

€ 2.440,00 IVA E TRASPORTO INCLUSO



PANCA REGOLABILE

€ 399,00 IVA E TRASPORTO INCLUSO



SINCRO EXCITE 500 AUTO ALIMENTATO

€ 2.290,00 IVA E TRASPORTO INCLUSO

FITNESS STUDIO.it

di Tony Fumagalli

Per informazioni chiamate

Cell. 338.6525777

Tel. 0434.857012

www.fitnessstudio.it

e-mail: info@fitnessstudio.it



BIKE EXCITE 700

€ 1.500,00 IVA E TRASPORTO INCLUSO



DISCHI PEZZATURE SOLO DA 5-10-20 KG

5,5€ AL KG IVA E TRASPORTO INCLUSO



ERCOLINA SINGOLA

€ 1.200,00 AL PEZZO IVA E TRASPORTO INCLUSO



BIKE XT

€ 1.000,00 IVA E TRASPORTO INCLUSO



NEW BIKE EXCITE 500 AUTO ALIMENTATA

€ 1.500,00 IVA E TRASPORTO INCLUSO



LAT MACHINE

€ 1.100,00 IVA E TRASPORTO INCLUSO



NEW BIKE EXCITE 700 TV

2.000,00 IVA E TRASPORTO INCLUSO



RUN EXCITE 500

€ 3.660,00 IVA E TRASPORTO INCLUSO

FITNESS STUDIO.it

di Tony Fumagalli

Per informazioni chiamate

Cell. 338.6525777

Tel. 0434.857012

www.fitnessstudio.it

e-mail: info@fitnessstudio.it



LEG PRESS PANATTA

€ 2.000,00 IVA E TRASPORTO INCLUSO



GABBIA SINGOLA CROSSBOWLINE

€ 2.000,00 IVA E TRASPORTO INCLUSO



JOG EXCITE 700 VISIO WEB

€ 4.990,00 IVA E TRASPORTO INCLUSO



SINCRO FORMA

€ 2.200,00 IVA E TRASPORTO INCLUSO