BIMESTRALE GRATUITO - N 95 - ANNO XVI - LUGLIO/AGOSTO 2021

LA PALESTRA

DAL 2005 LA RIVISTA DEI PROFESSIONISTI DEL FITNESS

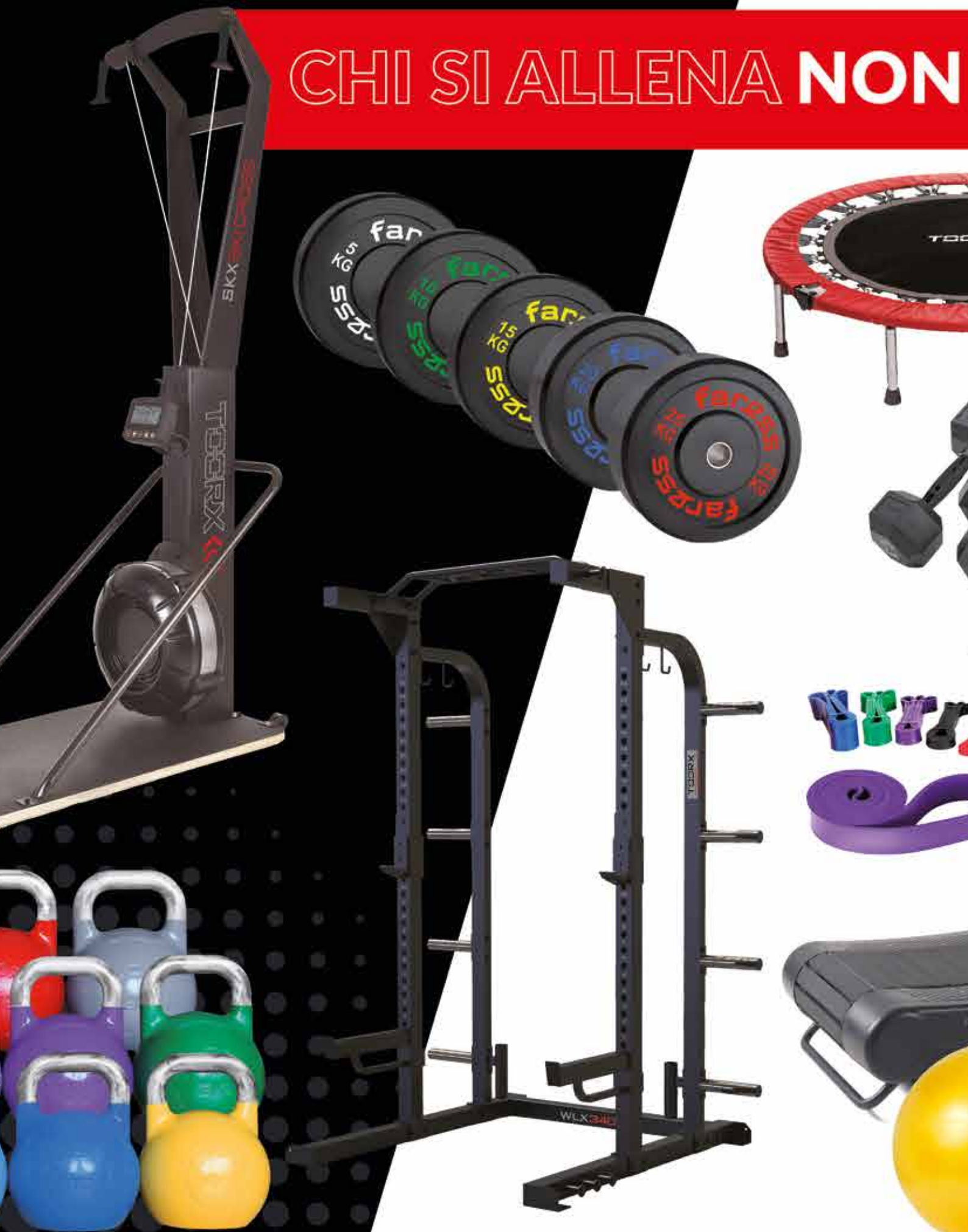
DOSSIER

TORNANO EVENTI E FIERE DAL VIVO

La parola agli organizzatori degli eventi da non perdere

LA PALESTRA - N°95 - luglio/agosto 2021 - Poste Italiane S.p.A.- Spedizione in abbonamento Postale- 70% - LO/MI
"In caso di mancato recapito si prega inviare al CMP Roserio (MI) per la restituzione al mittente, che si impegna a pagare il diritto fisso dovuto".

CHI SI ALLENA NON



SI FERMA

faress®
Professional.com

Via A. Carruccio, 107 - 00134 Roma | Tel. 06.71.350.124
forniturespportive@faress.com | **www.faress.com**

2021
2022

NonSoloFitness
Divulgazione - Consulenza - Formazione

www.nonsolofitness.it

06.40403925

RINNOVA IL TUO TESSERAMENTO A SOLI 79,00 €

RINNOVA IL TESSERINO TECNICO

E' tempo di rinnovare il tuo tesseramento tecnico e restare in regola con l'attuale normativa per i professionisti del fitness. Rinnovando entro il 31 luglio il costo è di soli 79,00€, e include il rinnovo per tutte le tue certificazioni, l'accesso gratuito e illimitato a 300 webinar con attestato, 1 anno di licenza d'uso del software Trainer Program (per realizzare schede d'allenamento e valutare i progressi antropometrici e funzionali), e un corso FAD a scelta tra: HIIT, Istruttore Allenamento al femminile, Valutazione antropometrica e funzionale, Istruttore Fitness per il dimagrimento.
Per maggiori info, e per le offerte attive per chi rinnova dopo il 31 luglio manda WhatsApp al numero 3929697624 con scritto "info rinnovo 2021" assieme al tuo nome e cognome.

VANTAGGI

- 300 WEBINAR CON ATTESTATO ~~99,00 €~~ OMAGGIO
- 1 ANNO DI TRAINER PROGRAM, LICENZA PROFESSIONAL ~~99,00 €~~ OMAGGIO
- 1 CORSO FAD A SCELTA + ATTESTATO ~~199,00 €~~ OMAGGIO

ISTITUTO PER IL CREDITO SPORTIVO

partner istituzionale

RiminiWellness

MUTUO LIGHT 2.0

FINANZIAMO LA RISTRUTTURAZIONE E LA RIQUALIFICAZIONE DEL TUO IMPIANTO SPORTIVO E L'ACQUISTO DI NUOVE ATTREZZATURE

- finanziamenti da 10 mila a 60 mila euro, fino a un massimo di 7 anni
- con la sola referenza della Federazione Sportiva Nazionale
- con la sola garanzia del Fondo di Garanzia per l'Impiantistica Sportiva

Per conoscere le condizioni contrattuali dei prodotti ICS si rinvia ai fogli informativi, disponibili presso l'Istituto per il Credito Sportivo e sul sito web www.creditosportivo.it

#NOISIAMOPER

Per informazioni contattare il
Numero Verde **800 298 278**
info@creditosportivo.it

creditosportivo.it

O wheel®

MILANO

Per un allenamento senza barriere

Metti una O wheel®
nel TUO CENTRO a disposizione dei tuoi clienti.
Vieni a scoprirla presso RiminiWellness

SAREMO PRESENTI A:

DUBAI ACTIVE

DAL 28 AL 30 OTTOBRE 2021

www.owheel.net

info@owheel.net

DISPOSITIVO MEDICO
CLASSE 1

MADE IN ITALY

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

TESTATA DAL POLITECNICO MILANO 1863

InBody

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

UPDATE YOUR CLUB

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

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

A PARTIRE DA

99 € al mese
con anticipo zero

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

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

Per saperne di più visita:
fitness.inbodyitalia.it
o scrivi a:
info@inbodyitalia.it

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

RIPARTIAMO INSIEME

Scopri le nostre soluzioni di protezione e controllo dedicate alle palestre e ai centri sportivi.

XeniaSoft®
Soluzioni Informatiche

Contattaci:
Numero Verde: 800 621 251 - Telefono: 095 393 205
Email: info@xeniasoft.it - Sito Web: www.xeniasoft.it

RICHIEDI UN PREVENTIVO PERSONALIZZATO

GESTIONE

Club Manager - Software per una gestione facile e completa del tuo centro sportivo.

PRENOTAZIONE

My Smart Club – L'App mobile per i tuoi servizi di prenotazione, acquisto e corsi live.

SICUREZZA

Dispositivi di Protezione - Tornelli, termo-scanner, telecamere e tutto ciò che serve per ripartire in sicurezza.

ALLENAMENTO

Training Program Pro - L'innovativo software in cloud + app mobile per creare e monitorare l'allenamento dei tuoi atleti.

SCEGLI TU QUALI MODULI XENIASOFT INTEGRARE AL TUO SISTEMA

di *Giuseppe Matozza*

I PROFESSIONISTI
DEL FITNESS DEL FUTURO

IL FITNESS È TRA I SETTORI CHE, PIÙ DI ALTRI, HA RISENTITO PESANTEMENTE DI QUESTO PERIODO, UNA ANALISI PER RISPONDERE AL MEGLIO NEL PROSSIMO FUTURO

Dall'ultima indagine di IFO (*International Fitness Observatory*) realizzata in collaborazione con la società Egeria, coinvolgendo oltre 6.600 club in tutta Italia e coordinata da *Paolo Menconi*, presidente dell'Osservatorio, emergono i seguenti dati: 2 miliardi di euro con oltre 200 mila professionisti senza un lavoro stabile, Il 40% delle attività dichiara di non sapere se ce la farà a resistere e quanto, e il 20%-25% dei club ritiene che non avrà più le risorse per sopravvivere alla crisi.
Molto presto i professionisti del fitness si troveranno in **un nuovo mercato**, una nuova utenza e nuove "regole del gioco".
Ad oggi, di fronte all'evidenza dei fatti, l'aspetto positivo è che molti operatori hanno acquisito consapevolezza delle **potenzialità del web** e si sono resi conto che questa non è una "moda passeggera", ma siamo di fronte ad una nuova realtà e ad un nuovo mercato.

Il mercato del fitness non si è fermato, si è solo spostato

Durante tutto questo periodo si è avuto un incremento notevole da parte dell'utenza nei confronti dell'home fitness, per continuare ad allenarsi anche da casa.
Tra i settori trainanti dell' e-commerce si registra un incremento positivo proprio nel settore fitness digitale.
Mentre gran parte del settore fitness era fermo, l'utenza non si è fermata, e le vendite online relative al settore sono decollate come non mai.
L'utilizzo del digitale con la giusta strategia consentirà un **vantaggio competitivo notevole** rispetto ai concorrenti presenti sul mercato.
Il sito web di comparazione prezzi Idealo (www.idealo.it), segnala che negli ultimi mesi la categoria fitness ha registrato un balzo delle vendite. Dati confermati anche dai più grandi colossi come Amazon e Alibaba. Un trend dimostrato anche da alcune aziende leader del settore.
Technogym ha registrato un +58%, dopo il +50% del primo semestre 2020, prevedendo maggiori investimenti per l'espansione di questo mercato sin da questo 2021.
Anche Virgin Active è risultata subito attiva con Virgin Active

LA PALESTRA
www.lapalestra.it

Anno XVI - N. 95
luglio/agosto 2021

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:
Moreno Soppelsa

Coordinamento editoriale
Pierluigi De Pascalis

Per la vostra pubblicità:
342.1168712
pubblicita@lapalestra.it

Hanno collaborato:
Marco Ascenzo, Mauro Brignoni, Serena Kumar, Giuseppe Matozza, Roberto Panizza, Fabio Swich, Davide Zanichelli.

Immagini: LA PALESTRA archivio, depositphotos.com

Copertina: depositphotos.com

Stampa: Alpha Print

Distribuzione: gratuita per aziende e centri fitness

Se non desiderate ricevere più la copia gratuita de LA PALESTRA, scriveteci a cesare.salgaro@lapalestra.it
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 pubblicazioni. Il materiale inviato alla redazione non sarà restituito.

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

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

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

MEDIA PARTNER
FITNESS ITALIA
WWW.FITNESSITALIA.IT

Revolution (www.virginactive.it/revolution), il servizio che permette di accedere a distanza a programmi di allenamento online esclusivi realizzati con i migliori trainer al mondo.

La veloce crescita del fitness digitale

I dati di Audiweb indicano il settore del Fitness e quello relativo allo sport non solo tra i settori digitali in più forte crescita ma anche tra le categorie più attive. Proprio l'acquisizione di nuova utenza evidenzia una **prospettiva in continua crescita**.

Le persone hanno acquisito consapevolezza del digitale e l'importanza nella quotidianità in vari aspetti della propria vita, ed i vantaggi che può apportare l'utilizzo consapevole dello strumento.
Nel settore fitness questo ha portato alla scoperta delle soluzioni home fitness e l'utilizzo di App dedicate alla salute e all'allenamento, settore in notevole crescita, con un incremento stimato nel 51, 5%.
Tutti i professionisti del fitness che vogliono sviluppare **crescere professionalmente** in modo solido e sicuro, devono però accelerare il processo di digitalizzazione, e adattare la loro offerta alle nuove esigenze dell'utenza.
Chi non interpreta il mercato resta indietro, lasciando **via libera alla concorrenza** più attiva, con ripercussioni negative negli anni a venire. È sempre più importante considerare il bisogno crescente dei clienti che ora più che mai sentono la necessità di allenarsi in sicurezza per ritrovare la giusta serenità.

Personalizzare l'offerta sulle nuove esigenze

Risulta fondamentale anche soddisfare l'esigenza crescente dell'utenza di allenarsi: dove, come e quando vogliono in totale libertà e senza vincoli, fornendo un servizio in linea con il loro stile di vita e le loro aspettative. Molti Professionisti del Fitness potrebbero avere difficoltà in questa fase, ma è proprio il digitale che può accelerare l'uscita da questo periodo di crisi. Non significa **improvvisare all'ultimo minuto** una lezione online utilizzando strumenti come Zoom o Skype o avere una pagina social.
La maggior problematica è la mancanza della giusta informazione, fondamentale per orientarsi ed evitare inutili errori perdendo soldi e tempo. Tutti parlano di strumenti ma pochi pochissimi di **strategia** che può incrementare le entrate e ridurre i costi.
Non importa se siano in palestra sul posto di lavoro o in viaggio da un'altra parte del mondo, **le persone si potranno allenare ovunque e comunque**.
I professionisti del fitness del futuro si dedicheranno allo sviluppo di corsi e allenamenti digitali e servizi PT Online, ripenseranno in modo diverso la propria impostazione lavorativa rendendola flessibile in linea con le esigenze del cliente e i nuovi servizi offerti.
Proprio sulla base di questo modello ibrido prospettato dai leader di settore, si evidenzia come la formazione a distanza, ha avuto una notevole crescita anche nel settore fitness con la proposta di corsi e allenamenti online in rapida crescita, e si possono intuire le proporzioni dell'utenza disposta a spendere in servizi di istruzione virtuale.

Cosa spinge l'utenza verso l'online?

Tra i principali benefici che ha portato l'utenza ad avvicinarsi e talvolta a preferire lezioni online a quelle tradizionali ci sono:
- Flessibilità: poter organizzare la propria giornata inserendo in maniera agile gli allenamenti tra gli impegni personali o lavorativi.
- Praticità: accedere al corso in pochi e semplici click ovviando a spostamenti, parcheggi e tempi morti.
- Semplicità: con corsi accessibili sempre e ovunque senza l'obbligo della presenza e senza ulteriori vincoli. Questo facilita anche una maggior frequenza e possibilità di raggiungimento degli obiettivi e fidelizzazione del cliente.
- Economicità: costi (azzerati) di spostamento o organizzativi.
- Qualità: l'intensità dell'allenamento online, in particolare quello individuale, viene riconosciuta sia dai Trainer che dagli allievi di grande impatto sui risultati finali.
- Personalizzazione: si possono frequentare corsi, individuali, di gruppo, dal vivo ma anche lezioni disponibili registrate ed accessibili in qualsiasi momento. Questo permette all'utente di seguire un suo ritmo e una sua cronologia di allenamento e ai trainer di acquisire tutte le tipologie di utenza e, con la giusta gestione, sviluppare un percorso in linea con le esigenze del singolo, anche a costo zero e senza aggiungere altro lavoro.
- Comodità: ci si può allenare dove, come e quando si vuole, a casa, all'aperto, in viaggio o in qualsiasi posto anche senza connessione, scaricando e salvando la lezione o il corso sul proprio dispositivo.
- Agilità: non è necessario avere un periodo di iscrizione, ogni iscritto seguirà il corso in base alle sue modalità e il suo ritmo.
- Sicurezza: si può seguire il percorso specifico in base ai propri obiettivi monitorando sul dispositivo i risultati ottenuti e creando uno stile di vita in base ai propri obiettivi.

Questo aspetti **potenzieranno il posizionamento del professionista del fitness** di riferimento nel settore, con tutti i benefici positivi in termini di ritorno di immagine professionale ed economici.
Queste sono solo una parte delle potenzialità e delle opportunità offerte dal nuovo mercato del fitness che è vivo e mostra i muscoli.
Per alcuni non si è mai fermato, anzi, hanno ottenuto un vantaggio dalla chiusura della concorrenza, per altri è pronto a ripartire più forte di prima, a patto di saper interpretare l'evoluzione del mercato per non restare indietro. ■

Giuseppe ***Matozza***
Consulente Fitness Web Marketing
Affianco i Professionisti del Fitness che vogliono utilizzare il web per acquisire maggiore visibilità per sviluppare la propria attività e crescere professionalmente:
www.professionistadelfitness.it

3ENNE®

www.3enne.net

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

M9 Tapis Roulant € 2.250*

Caratteristiche Tecniche

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

M1 Curved Tapis € 1.990*

Caratteristiche Tecniche

Monitor LED
Motore 3HP
0.0 – 15.0 %
1.0 – 18.8 kmh
52*136 Area di corsa
86*188 Area Ingombro

M7 € 1.800

M6 Tapis Roulant € 1.440*

Nuova Linea IT 6000

Scopri gli oltre 30 modelli disponibili tutti a € 1.125,00*
Molte combinazioni di colore possibili!

Linea Isotonica € 1.125,00*

Fondi Europei

Finanziamento dal 75% al 100%!!!

3Enne Srls info@3enne.net Info 328.8773385

* Offerta con IVA e trasporto esclusi – Offerta soggetta a condizioni e restrizioni

di *Fabio Swich*

IL TECNICO VENDE SALUTE

PROSEGUENDO IL DISCORSO INIZIATO SUL NUMERO 94 DELLA RIVISTA "LA PALESTRA" SUL SETTORE COMMERCIALE CHE VENDE SALUTE, POSSIAMO DIRE CHE OVVIAMENTE ANCHE PER IL SETTORE TECNICO È LO STESSO

Gli istruttori, oltre la conoscenza specifica, devono avere consapevolezza di essere venditori: venditori di loro stessi, venditori di salute.
Se è vero, come è vero, che il movimento è salute è altrettanto vero che è necessario dimostrare la validità dell'affermazione. Il movimento è salute nella misura in cui questo movimento è rapportato alla persona che lo pratica e con i dovuti riferimenti ai dati clinici della stessa.
Mi spiego: se sostengo che praticare movimento è un toccasana, devo poter dimostrare tecnicamente e clinicamente che la persona sta praticando il giusto movimento: es.: se metto sul tappeto un grande obeso e lo faccio correre velocemente e per troppo tempo, rischio di ottenere solamente il risultato opposto sfiancando il soggetto e **rischiando anche qualche conseguenza peggiore**.

Così come per tutti gli altri esempi che si possono fare riferiti a persone con possibili problematiche fisiologiche.

Vendere salute vuol dire saper proporre attività di movimento adeguata alla persona utilizzando il maggior numero di informazioni

Stabilire perciò un contatto più approfondito e diretto con il cliente è fondamentale e per fare questo occorre impostare il lavoro su 5 punti.

Primo incontro

Il primo incontro o prima seduta serve per conoscere la persona, scoprire quali sono le sue necessità e quali sono le sue aspettative. Ogni istruttore che ritiene di occuparsi della salute dei suoi clienti deve stabilire un contatto con i suoi clienti, avvicinarli, conoscerli per poter arrivare ad un incontro preciso per approfondire le personali problematiche, necessità e desideri.

L'insegnante deve offrire la possibilità al frequentatore di palestra di poter esprimere tutte le sue necessità, ricordando che una persona si iscrive in un centro per che sente la necessità o il desiderio di stare meglio.

Valutazione dati

Dopo aver stabilito un contatto, possibilmente empatico con il cliente e scoperto insieme a lui necessità e desideri, occorre passare alla conoscenza dei dati specifici.
È necessario chiedere alla persona documentazione che può essere utile per elaborare un programma. Se ha fatto la visita medica, informarsi se ci sono problematiche cardiache o osteo-articolari; se ha potuto fare un'analisi corporea sarebbe utile richiedere la stampa per poter visionare insieme i dati: **se ci sono anomalie o peggio patologie cardiache**, se il soggetto tende ad essere ipoidratato o se c'è carenza di massa muscolare dovuta a poca attività ma anche ad una dieta povera di proteine, infine se c'è grasso in eccesso e come è distribuito a livello segmentale. Questi sono tutte informazioni necessarie per elaborare un programma di allenamento. Questo è il modo corretto di agire se si vuole parlare concretamente di salute.

Programma di lavoro

Il professionista della salute può elaborare un programma di salute e allenamento sulla base di un incontro approfondito con il proprio cliente, dove ha potuto conoscere desideri, necessità, stato di forma attraverso valutazioni tecnico scientifiche. A questo punto occorre mettere alla prova il soggetto per conoscere limiti e difficoltà attraverso test attitudinali

di forza, capacità aerobica, mobilità ed elasticità. Molti diranno: " Ma quando la palestra è piena non si possono fare queste cose". Sbagliato! Più c'è gente e più bisogna impostare il lavoro in questa maniera, proprio per ricordare alla gente che se si parla di salute, occorre impostare tutta l'attività in modo diverso, in un modo professionale da veri insegnanti. Stimolare perciò la curiosità e la necessità del cliente a modificare il suo modo di fare palestra.

Verifica

Un centro che promuove salute si deve basare su un programma di lavoro con obbiettivi da raggiungere, traguardi che possano essere tangibili. Per fare ciò occorrono esami e test che possono verificare gli obbiettivi raggiunti.
Un'analisi corporea che possa dare attraverso i numeri la conferma del buon lavoro oppure viceversa la verifica del fatto che qualche cosa non funziona nel programma o nel comportamento della persona. Esercizi di monitoraggio, test e valutazioni da programmare dopo un certo periodo di frequentazione, rendono concreto un programma per la salute, rinforzano la motivazione del cliente e migliorano l'autostima del professionista.

Valutazione della propria performance

Da molto tempo uno dei punti su cui si dibatte è la retribuzione dell'istruttore, la differenza tra quanto un centro possa pagare e quanto si aspetta il professionista, considerando quanto si valuta. Alla luce di quanto abbiamo appena detto, un istruttore che imposta la sua attività seguendo tutti i punti citati è **un istruttore che vale molto**: questo perché ha prodotto molto. Ma come è possibile quantificare la sua attività? Monitorando semplicemente tutto ciò che promuove in palestra. L'istruttore che imposta il lavoro partendo dalla visita medica che richiede al cliente all'inizio, che parte dai valori rilevati dall'analisi corporea e valuta i risultati dei test attitudinali che ha fatto fare, dai monitoraggi successivi per le verifiche; è un professionista che **promuove salute e che produce reddito**. A questo si aggiunge poi possibili nuovi servizi da promuovere, come diete, massaggi e/o trattamenti fisioterapici ecc. ecco come un vero istruttore professionista diventa venditore di salute e acquista valore per se stesso. Per concludere la palestra è un luogo di salute e benessere solo se la location e i suoi professionisti sono all'altezza di ciò che il centro vuole promuovere.
Per tutti quindi: **non si può essere migliori di se stessi ma si può essere se stessi in un modo migliore**. ■

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

NON SOLO PAVIMENTAZIONE

SPECIALIZZAZIONE, DESIGN E FUNZIONALITÀ

PAVIFLEX PAVIMENTI PER PALESTRE

PaviFLEX Italia offre consulenza tecnica specializzata per aiutarti a creare la tua palestra o area di allenamento, con un servizio di progettazione e sviluppo 3D per trasformare il tuo progetto in realtà.

STRUTTURE PREMIATE

L'allestimento realizzato a Ruse (Bulgaria) per lo showroom ufficiale Panatta è un chiaro esempio di eleganza e funzionalità per una palestra di 3 piani con oltre 1.000 mq. Un impianto cardio e attrezzature leggere con pareti in carta stampata con paesaggi montani e sfumature di azzurro che risaltano sul nostro pavimento ecologico da 7mm in grigio e nero.

Il piano inferiore ricrea un'atmosfera ideale per motivarsi. Una zona di forza dove il pavimento di 10 mm nei toni del granito e della pietra nera, mettono in risalto gli elementi verticali in oro che portano ad un soffitto nero.

La progettazione della palestra è stata curata da Estudio Adimari ed è stata vincitrice dei Dibla design award 2020 nella categoria Spa & Fitness.

ARCHITETTURA ALL'AVANGUARDIA IN UN EDIFICIO ANNI '50 A MIAMI BEACH

Una delle ultime e più impressionanti installazioni di quest'anno è stata presso la GYMIMAGE Miami, inaugurata di recente. Una palestra progettata da Clavel Arquitectos dall'altra parte dell'Atlantico dove elementi naturali si combinano con vecchie strutture e legno per creare un Lifestyle Resort di 10.000 mq.

Luci, piante, colori e forme organiche si fondono in strutture che reinventano il concetto di palestra.

Diversi spazi collegati da una sorta di pista di atletica in legno e tubi led che corrono lungo il tetto della palestra e che trasformano le diverse sale e attività in un'esperienza unica ed esclusiva.

Pavimenti in haya e wengé per sale pesi, combinati con spazi Turflex in un'area CrossTraining integrata con pista di atletica centrale a tre corsie in arancione.

Vedremo PaviFlex a settembre a RiminiWellness?

La situazione della pandemia globale è stata molto com-

INFORMAZIONE PUBBLICITARIA

plicata, e lo è ancora in alcuni paesi, quindi partecipare a una fiera globale ti rende cauto. La situazione in Italia e Spagna ora è migliore, ma sarà al FIBO a novembre dove saremo presenti alla prima fiera post Covid19.

Quali novità ha in programma PaviFlex per questo ritorno alle fiere?
I cambiamenti della domanda del mercato del fitness in generale sono principalmente strutture con una pavimentazione tecnica molto specifica, di facile installazione e manutenzione, impermeabile e antibatterica per prevenire la proliferazione di virus. Pavimenti resistenti che hanno una lunga durata, assorbimento degli urti e isolamento acustico.

In questo senso, i nostri pavimenti Fitness Xtreme e Xtreme Eco sono tra i più richiesti dall'inizio del 2021.

Questo ci ha portato a investire e studiare in pavimentazioni più resistenti, sviluppando nuove lastre di oltre 20 kg per m2 con soli 14 mm di spessore, che abbiamo chiamato Fitness Monster.
Abbiamo anche implementato nuove linee di colori marmorizzati e combinazioni Eco per ampliare la nostra cartella colori e soddisfare esigenze molto specifiche come la nuova pavimentazione "Camouflage".

Cos'altro evidenzia PaviFlex di quest'anno insolito?
Senza dubbio lo sport in casa e le soluzioni PaviFlex che il mercato ci ha richiesto, ampliando la nostra gamma di accessori, tappetini e pavimenti per l'Home Fitness.
E che la pratica dello sport, in larga misura, è stata parte della soluzione per far fronte a questa pandemia che stiamo sconfiggendo.

PaviFLEX è produttore di pavimenti per palestre in tutto il mondo dal 1984

PaviFLEX
PAVIMENTI PER PALESTRE

Manuel Martínez
Paviflex Executive Manager
www.paviflex.it
italia@paviflex.es
Viale Colombo 114,
50054 Fucecchio (FI)
Tel +39 0571 260843

di *Serena Kumar*

5 BUONI MOTIVI
PER UTILIZZARE I SOCIAL

I NUOVI MEZZI DI COMUNICAZIONE AL SERVIZIO DELL'IMPRENDITORE DEL FITNESS, COME, QUANDO E PERCHÉ UTILIZZARLI

L'accelerazione digitale a cui abbiamo assistito nell'ultimo anno ha posto l'accento sui nuovi mezzi di comunicazione e le nuove modalità di interazione *customer oriented*.
Non che questi strumenti siano del tutto nuovi: parliamo di *chat online*, piattaforme di video conferenza, *social media*. Tutti canali comunicativi già presenti da anni nell'ambito della nostra sfera personale. Ma la vera novità dell'ultimo periodo è come questi nuovi mezzi di comunicazione siano diventati di **importanza centrale anche nei rapporti professionali**.
L'online è oggi un aspetto della nostra quotidianità: da quando ci alziamo la mattina, fino ad un minuto prima di addormentarci la sera monitoriamo costantemente i nostri scambi comunicativi dallo smartphone. Siamo allertati dalle notifiche e spinti a dare un rapido e immediato feedback. Viviamo in costante connessione e se prima vi era una netta separazione tra vita privata e vita professionale oggi questa distinzione appare fumosa.
Il motivo di questa rivoluzione sociale è da ricercarsi nella capacità dei nuovi strumenti digitali di **migliorare gli scambi comunicativi**, nonchè le nuove opportunità da essi offerte, complice anche la diffusione dello smartworking (che di per sé contribuisce a snellire il confine tra privato e lavorativo).
L'ambito che più di tutti si trova coinvolto in questo processo di innovazione comunicativa è quello dei social media.

I social media sono lo strumento di comunicazione per eccellenza

I social sono, oggi, tra i mezzi più utilizzati per comunicare e mantenersi in contatto: sono una piazza sempre aperta, senza limiti di orario o di accesso, in cui milioni di persone si incontrano per scambiarsi info, esplicitare aspetti di sé assolvendo al bisogno di esibizione e raccogliere notizie e confronti su ciò che avviene nel mondo. I social inoltre creano ed alimentano, tra chi li utilizza, il senso di *community* e di **appartenenza al gruppo**.
Questo loro carattere popolare li rende particolarmente adatti per accogliere campagne e iniziative di marketing e comunicazione, specialmente in quei settori dove la relazione umana risulta fondamentale.
Uno di questi è sicuramente il fitness, un mondo dove la qualità del servizio offerto passa principalmente dalle persone che lo erogano e che quindi trova nei social una piattaforma ottimale per presentare, **promuovere e mantenere il proprio brand** e la propria offerta.
Chi si occupa di marketing all'interno di un centro sportivo, non può oggi ignorare le

TeamSystem

Wellness in Cloud

Fai vivere una **Wellness Digital Experience** unica al parco e in palestra!

- Prenotazioni corsi e attività
- Abbonamenti e rinnovi automatici
- Acquisti e pagamenti online
- Gestione contabile e compensi
- Controllo presenze
- Schede allenamento

Contattaci su:

wellness@teamsystem.com

wellnessincloud.it

@teamsystem.wellness

Scopri di più

potenzialità e le facilitazioni offerte dai social: Facebook in primis, ma parliamo anche di Twitter, Tik Tok e tutte quelle piattaforme social utilizzate dagli utenti di palestre e piscine.
Da una recente ricerca di mercato (IFO – dicembre 2020/gennaio 2021 dettagli al link: https://www.teamsystem.com/wellness/digitalizzazione-fitness-cresce-ricerca-ts-ifo-2021/) è emerso come negli ultimi mesi i gestori di impianti sportivi abbiano colto l'importanza della presenza sui social media: il 97% delle realtà dichiara di farne uso nella gestione delle loro attività. Facebook si conferma al primo posto con un 95,2% di utilizzo tra gli addetti ai lavori del fitness, seguito a ruota da Instagram (87,7%) e Linkedn (12,3%).

L'uso dei social incrementa la vendita di nuovi abbonamenti e i rinnovi

Utilizzare i social per la propria comunicazione customer-oriented ha dei vantaggi importanti in questo contesto e i risultati sono tangibili e misurabili sulla base sia dei nuovi abbonamenti venduti che dei rinnovi effettuati:
1) Presenza, fidelizzazione, immagine: avere una propria pagina social, su cui condividere costantemente contenuti, consente al centro sportivo di mantenere la propria presenza sul mercato, gestire l'immagine del brand che vogliamo arrivi agli utenti e mantenere fidelizzati i propri "*followers*". Non dimentichiamo che la pagina Facebook di una palestra potrebbe non essere seguita solamente da chi già frequenta, ma anche da altrettanti "curiosi" in cerca di informazioni e/o di motivazione per **approfondire la conoscenza della struttura**.
È bene quindi strutturare nel dettaglio il piano comunicativo: programmare i vari post e le varie pubblicazioni sia in base ad un calendario: pubblicazioni troppo frequenti potrebbero risultare eccessive e quindi produrre un effetto contrario a quello desiderato; al contrario dei vuoti comunicativi danno l'impressione di assenza e trascuratezza.
Inoltre anche i contenuti devono essere selezionati con altrettanta meticolosità, poiché sono l'anima di ciò che vogliamo trasmettere, l'immagine che vogliamo dare.

2) Promozioni e campagne: il passo successivo, per il quale è necessaria una discreta conoscenza dello strumento, è quella di attivare delle vere e proprie campagne social. Attraverso i social è possibile promuovere nuovi abbonamenti o nuovi corsi, proporre scontistiche particolari sui rinnovi oppure attivare delle vere e proprie raccolte di lead che poi verranno gestite nel dettaglio dal reparto commerciale. Chiaro che perché il processo funzioni di base deve esserci un buon CRM che, collegando il **software gestionale** alla piattaforma social, consenta di raccogliere e processare le richieste strutturando un piano per i recall e organizzando il lavoro degli operatori. Ciò implica anche che, d'altra parte, i collaboratori devono essere formati a competenze evolute sia in ambito comunicativo che digitale.

3) Customer Service: un'altra funzionalità interessante dei social, che deriva dalla loro natura intrinseca di rapidità e immediatezza, è quella di assolvere in modo semplice e veloce al servizio di customer service. Il cliente che compila una richiesta di informazioni tramite Facebook generalmente si aspetta di essere contatto in tempi brevissimi. Se si riesce a rispettare le tempistiche e quindi ad andare incontro a questa aspettativa il risultato è un'interazione altamente positiva e una customer satisfaction che guiderà tutti i futuri rapporti commerciali con il cliente.

4) Critica come opportunità: sui social lo scambio comunicativo è bidirezionale, questo significa che ogni qualvolta che pubblichiamo un contenuto dobbiamo anche assumerci il rischio che questo possa generare dei commenti, più o meno graditi, da parte degli altri membri della community. Quando il commento è positivo ciò non fa altro che rafforzare l'immagine vincente che vogliamo dare, ma quando il commento è negativo? In questo caso la situazione è critica, perché il commento negativo è sotto gli occhi di tutti. Tuttavia, se ben gestita, la criticità può essere trasformata in opportunità. Una risposta educata e finalizzata a risolvere il disagio del cliente, magari evidenziando gli aspetti positivi del servizio offerto, sarà sicuramente apprezzata e diverrà un modo per mettere in risalto la vostra professionalità.

5) Analisi della concorrenza: i social non sono fatti solamente per esporsi, ma anche per osservare. Così come voi pubblicate per dare una certa immagine di voi, lo stesso fanno i vostri competitors. Può quindi essere utile osservare le loro pagine per capire quali le loro offerte, quale lo stile comunicativo, in cosa si differenziano da voi. Inoltre l'osservazione del mercato che si può avere attraverso i social passa anche dall'analisi dei post e dei commenti presenti sui vari gruppi dedicati al fitness: i gruppi sono un condensato di tendenze, idee, reazioni che possono dirci molto circa le aspettative e le esigenze del nostro target di riferimento.

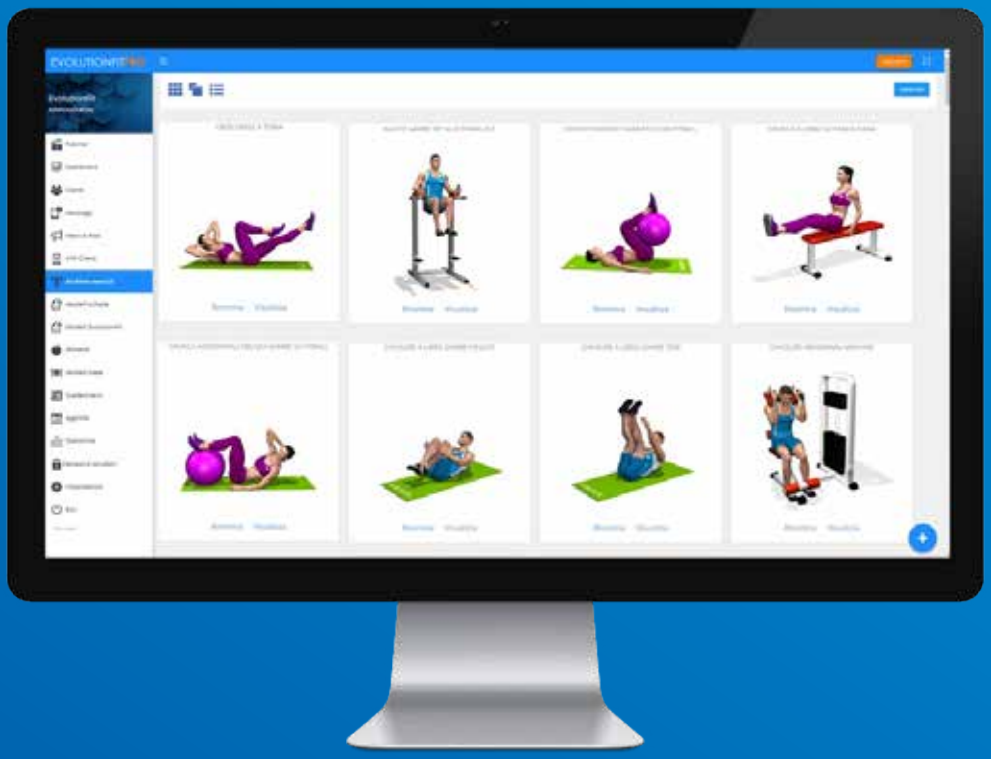
Questi 5 punti riassumono molto bene l'utilità dei social nella gestione del cliente 4.0 del fitness: con i social potrete proporre eventi e promozioni, ingaggiare nuovi lead, analizzare il mercato di riferimento e mettervi a disposizione dei vostri clienti offrendo un servizio di customer service altamente performante. Parlando il linguaggio del vostro cliente e utilizzando il suo mezzo di comunicazione preferito sarete ancora più vicini a lui e alle sue esigenze. ■

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

EVOLUTIONFIT

TeamSystem

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
@evolutionfitPRO
+011 9012143

Richiedi la tua DEMO GRATUITA su **www.evolutionfit.it**

di *Davide Zanichelli*

ISTRUTTORI ONLINE

COME OPPORTUNITÀ PER I CENTRI FITNESS… E VICEVERSA

IL FITNESS ONLINE, PROPOSTO DAI SINGOLI ISTRUTTORI, PUÒ DIVENTARE UNA GRANDE OPPORTUNITÀ PER I CENTRI FITNESS E LA MIGLIORE VETRINA PER GLI STESSI ISTRUTTORI

La pandemia, il primo lockdown e, successivamente, le varie limitazioni imposte dal Governo, contraddistine dai colori delle singole regioni, e la conseguente chiusura prolungata nel corso dei mesi di tutti i centri fitness e palestre sul territorio nazionale, hanno portato molti istruttori a spostare le proprie lezioni verso l'online, inizialmente in maniera quasi esclusivamente gratuita e successivamente sempre più a pagamento.
Social come Facebook, Instagram, Youtube, per dirette live e la possibilità per i *followers* di rivederle anche in un secondo tempo, ma anche piattaforme per videoconferenze come *Zoom*, *GoToMeeting*, *Meet* e molte altre, sono diventati strumenti di uso comune per molti istruttori, come se fossero bilancieri e manubri, **indispensabili da conoscere e padroneggiare**, per promuovere e offrire le proprie lezioni. Tutto questo ha portato gli stessi istruttori ad acquisire nuove competenze ed a doversi migliorare di fronte ai loro followers, per rendere le lezioni piacevoli e mantenendo e, ove possibile, accrescendo il proprio seguito. Si tratta certamente di una modalità di lavoro differente, che richiede, oltre alle competenze tecniche, anche abilità comunicative ed espressive che devono avvicinarsi a quelle dei Presenters delle grandi manifestazioni di fitness Nazionale e Internazionale.
Contestualmente ed anche successivamente, le stesse palestre e centri fitness, hanno proposto, sull'onda delle "lezioni online" dei singoli istruttori, un proprio palinsesto; capace di poter dare, a chi desiderava continuare ad allenarsi presso il centro in modalità online, una gamma di attività molto più ampia di quella dei singoli istruttori. Purtroppo, però, come è facile intuire, in molti casi i clienti, forse ora meglio chiamarli *followers*, si sono dispersi per vari motivi: chi ha seguito l'istruttore che gli dava maggiore fiducia, chi l'istruttore che proponeva quell'unica attività che era elemento motivante per frequentare assiduamente la palestra, in sintesi il corso preferito; c'è poi chi, non sentendosi seguito in modalità online, abbandonato totalmente l'allenamento guidato preferendo il fai da te, grazie ai molti video reperibili in rete o chi, sentendosi in grado di allenarsi da solo, ha preferito risparmiare. Infine troviamo chi ha proprio smesso di allenarsi, **rinunciando così ad una sana abitudine**, sia per motivi economici, sia perché non riteneva che l'allenamento online non avesse valore, vista anche la gratuità, nella speranza e attesa di un rapido rientro alla normalità.

Trasformare il problema in opportunità

Con questi presupposti gli allenamenti online potrebbero apparire poco o per nulla remunerativi ed anzi, esclusivamente un danno per il centro fitness; ma vediamo, invece, come potrebbe essere possibile ribaltare questa situazione e cavalcare l'onda dell'online, trasformandola in un vantaggio.
Innanzitutto, l'istruttore online ha dimostrato che è possibile sviluppare, con poco, anche dal punto di vista tecnico ed economico, **un servizio che possa perdurare e migliorare come quello online**, con inquadrature di qualità, servizi di prenotazione online, messa in onda della lezione, newsletter o broadcast, eventuale registrazione delle lezioni in cloud, ecc.
Inoltre ha già creato un suo bacino di utenza che deve mantenere e, se possibile, ampliare. Per l'istruttore, il centro fitness può e deve essere una opportunità da prendere in considerazione per migliorare.

Quali caratteristiche deve avere l'istruttore da coinvolgere in un centro fitness e quali fattori dobbiamo osservare per indirizzare il recruiting?

Ecco qui alcuni elementi da considerare: numero di clienti e di lezioni che tiene giornalmente, qualità del servizio determinata dalla velocità della linea, da luci-audio-inquadrature; poi la capacità

comunicativa e di approccio con i clienti durante la lezione, la capacità comunicativa e di approccio con i possibili clienti, attraverso attività social e, conseguentemente, la sua visibilità.
È quindi facile intuire che l'istruttore che è riuscito ad avviarsi all'online ha caratteristiche interessanti per il centro fitness e riuscire a farlo entrare a far **parte dello staff del centro fitness**, può portare ad alcuni benefit non di poco conto come: avere allo stesso tempo un promoter e un istruttore, la sua capacità di autogestirsi e di risolvere problemi dell'ultimo minuto; avere un istruttore che può essere attraente verso nuovi iscritti anche la di fuori dell'area geografica del centro stesso (città, Regione, Stato o addirittura Continente), aprendo realmente il proprio centro alla globalizzazione.
Un'altra reale e immediata opportunità è quella di poter offrire più lezioni differenti nella stessa fascia oraria (online, oltre che l'on-site) e dare una alternativa ai propri iscritti che, per motivi di ingressi contingentati, potrebbero elevare obiezioni all'iscrizione o rinnovo.
In base a queste valutazioni si potrebbe realizzare un reale vantaggio per un centro fitness a breve, medio e lungo termine, che vuole anche semplicemente espandere i propri confini, acquisendo all'interno del proprio staff uno o più trainer online.

E per il Trainer online quali potrebbero essere i vantaggi nel diventare parte dello staff di un centro fitness?

In breve, possiamo evidenziare i seguenti vantaggi: in primis, potersi far conoscere da altri utenti difficilmente raggiungibili perché già impegnati a seguire le lezioni del centro che stanno frequentando. Altro vantaggio è quello di entrare a far parte di una programmazione più ampia e varia che, può favorire un flusso di partecipanti alle lezioni più ampio e vario. Questo poi comporta, di conseguenza, una maggiore stabilità nelle entrate che risulteranno più consolidate.
Altri due vantaggi, non di poco conto sono certamente una più semplice gestione fiscale da parte dell'istruttore e una gestione delle prenotazioni delle lezioni non più di competenza dell'istruttore stesso, ma demandata al centro fitness.
Più che un rapporto Palestra – Istruttore, qui si va a creare un co-business tra due realtà (istruttore e palestra) che uniscono le forze per realizzare una preventiva ripresa del mercato del fitness, attraverso nuove dinamiche di rapporto e nuove modalità di erogazione dei servizi. ■

Davide ***Zanichelli***
Dottore in Scienze Motorie, Docente NonSoloFitness, Socio Amm. della Fit Up Solution srls, Provider NASM e co-ideatore del progetto Allenati Online.
www.fit-up-solution.com

Non c'è competizione tra salute e benessere.
La nuova idea di palestra è HEALTHNESS®.

Per incrementare la propria attività le palestre hanno la necessità di evolvere ed offrire una gamma di servizi: non solo mera attività fisica ma anche servizi salute.
Upwell da più di 25 anni opera come consulente nel mondo del fitness e dispone di un'esperienza unica in Italia per assistere l'evoluzione delle palestre tradizionali verso le nuove esigenze del mercato.

Upwell, consulenza e servizi per il mondo fitness. info@upwell.it www.upwell.it

upWell
benessere come stile di vita

a cura della redazione

INTERVISTA A ***MICHELE PARISI*** RESPONSABILE PER L'ITALIA DI **MAGICLINE**

Finalmente, da fine maggio scorso le **palestre** ed i **centri sportivi** di tutta Italia hanno riaperto i battenti dopo una lunga e snervante serrata durata ben 7 mesi. Certo, l'apertura ha coinciso con un periodo che non è esattamente tra i migliori per il comparto dato che, notoriamente, ci si avvia verso la bassa stagione per poi ripartire a ritmi sostenuti soltanto dalla seconda metà di settembre in poi. Eppure, *"proprio questo periodo, caratterizzato da carichi di lavoro meno impegnativi e stressanti, deve rappresentare per gli addetti ai lavori un'opportunità di ripensamento ed adattamento del proprio modello di business in un'ottica post-pandemica"*.

È questo il ragionamento di **Michele Parisi**, International Business Development Manager di **Magicline**, il celebre **software per palestre** che con oltre 4.100 clienti in tutto il mondo vanta una presenza capillare dei propri servizi tra i principali mercati di riferimento a livello europeo.

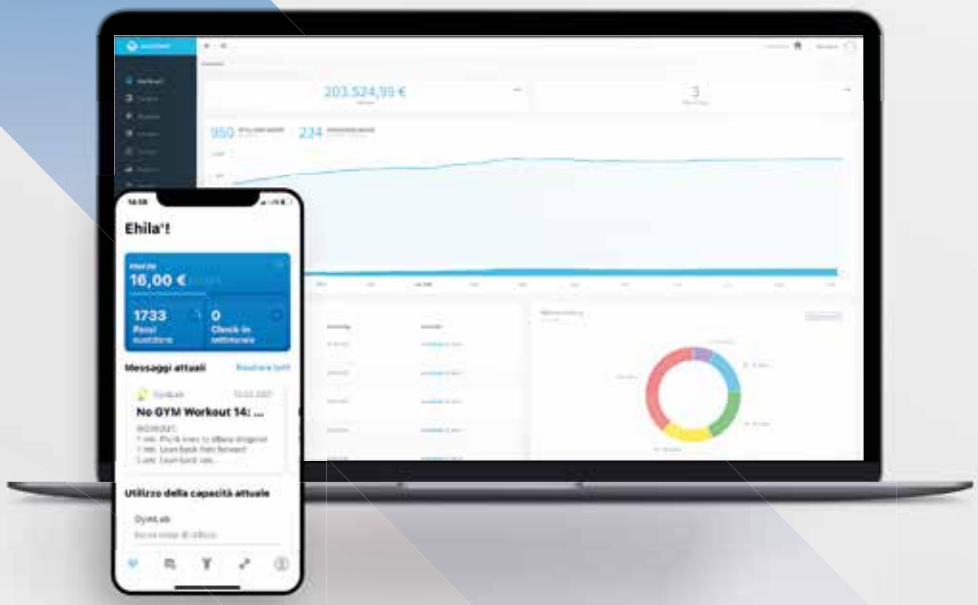
Michele Parisi, International Business Development Manager di Magicline

Buongiorno Michele e grazie mille per la tua disponibilità. Riferendoti al momento non proprio migliore per la riapertura del mercato, hai parlato di opportunità. A cosa ti riferisci esattamente?

La pandemia ha messo a nudo una serie di criticità tipiche del comparto nel nostro Paese: la scarsa **digitalizzazione** dei servizi, sia nei confronti dei clienti che della gestione stessa della struttura sportiva, la **frammentazione del mercato** con oltre 7.700 palestre in tutta Italia e la **fragilità finanziaria** del settore.
In questo contesto, avere la possibilità di capitalizzare i prossimi due mesi per ripensare il proprio posizionamento e ricalibrare il proprio modello di business in un'ottica di maggiore digitalizzazione, rappresenta certamente una ghiotta opportunità.

Nello specifico, cosa consiglieresti ai gestori di palestra per avviare questo graduale processo di cambiamento ed aggiornamento di cui parli?

Ad oggi molti operatori - ancora troppi per la verità - non utilizzano affatto un **gestionale per palestre** e si affidano a soluzioni assolutamente estemporanee come macchinosi file Excel o strumenti come Google Calendar o, ancora, diverse applicazioni mobile con il risultato di frammentare il proprio lavoro e disperdere preziose risorse.
Attualmente, il **mercato del fitness** offre numerose alternative gestionali e ritengo che sia oramai



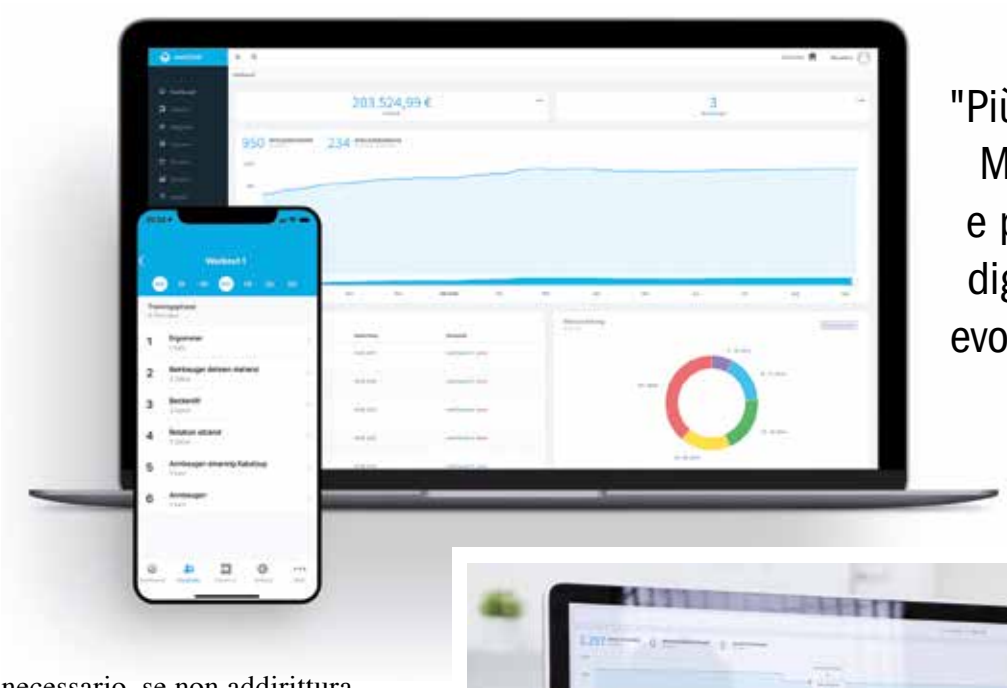
MAGICLINE

PRIMO ANNO GRATIS

Il secondo scontato al **50%**

L'innovativo software per palestre. Leader di mercato in Germania e utilizzato già da oltre 4.100 clienti in Europa.

McFIT · pure fitness · clever fit · EMS LOUNGE · PRIME TIME fitness · BODY STREET · 7.11 · fitbox · terra sports



"Più che un gestionale, Magicline è un vero e proprio ecosistema digitale che vanta un evoluto CRM integrato"

necessario, se non addirittura doveroso, considerare l'utilizzo di un software per palestre in grado di supportare concretamente il lavoro quotidiano degli addetti ai lavori ed offrire al contempo un'esperienza utente sempre più digitale, completa e soddisfacente.

Ti andrebbe di condividere con tutti noi le principali caratteristiche di Magicline?

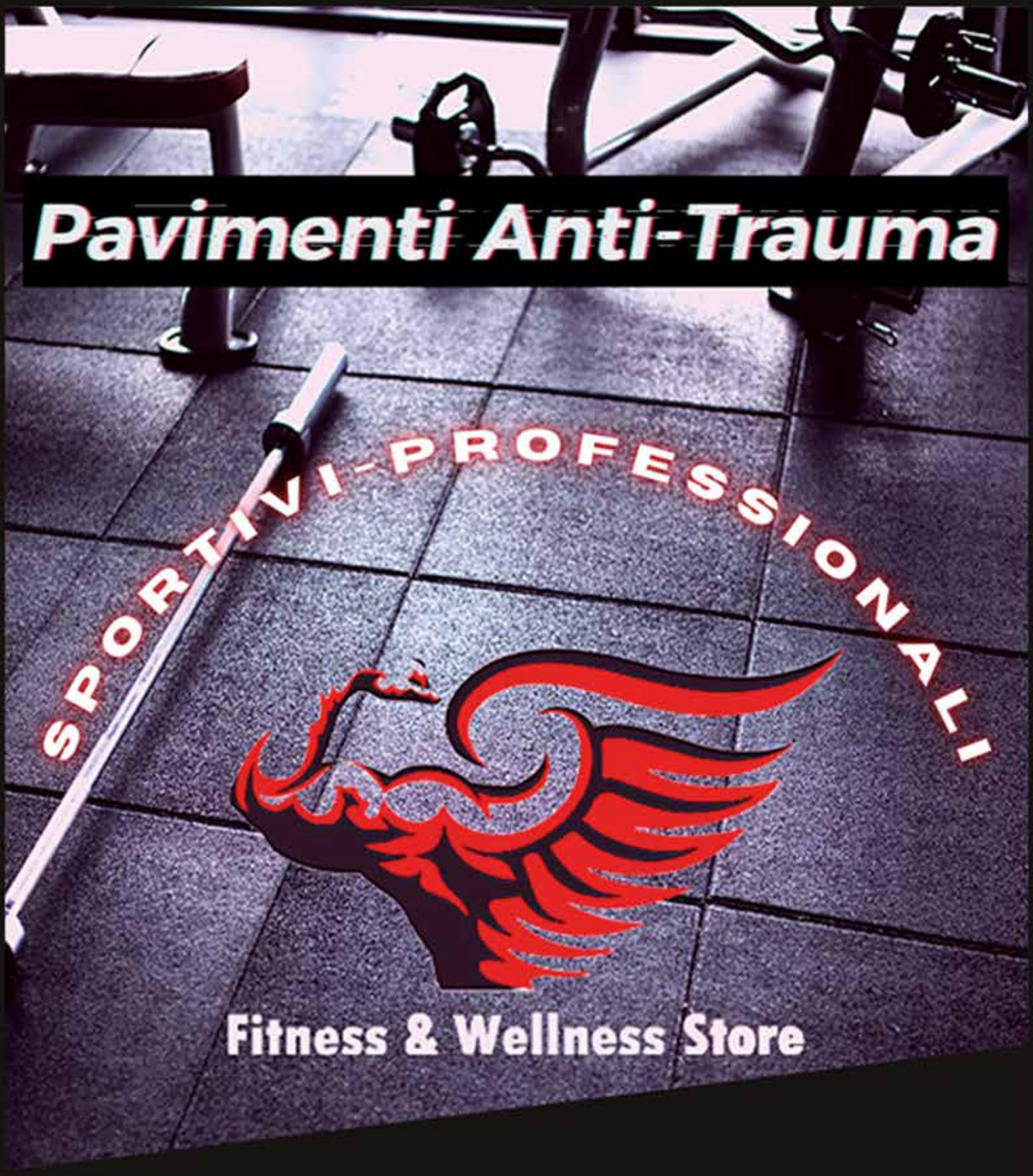
Magicline è un gestionale particolarmente innovativo e da sempre molto attento alle evoluzioni del mercato del fitness tanto da rispondere efficacemente alle esigenze di business di **qualsiasi tipologia di palestra,** dal piccolo **studio di Yoga** o di **Personal Training** fino alle grandi **catene internazionali** passando per i **centri di Arti Marziali**, i **franchising**, gli **studi EMS**, i **centri fisioterapici** e tanto altro ancora.
Più che un gestionale, il nostro software è un vero e proprio ecosistema digitale che vanta un evoluto CRM integrato, avanzati strumenti di Marketing Automation, una ricchissima suite di statistiche per analizzare le performance della propria struttura sportiva, la gestione delle schede di allenamento, l'app gratuita per gli iscritti MySports, l'app per i gestori ed una interessantissima vetrina virtuale della propria palestra con tutte le funzionalità di booking integrate.

Come vi posizionate sul mercato italiano e quali sono i vostri obiettivi?

Siamo arrivati sul mercato italiano lo scorso febbraio, momento in cui le palestre erano già state chiuse da oltre 4 mesi, ma certamente una scelta non casuale.
Lo abbiamo fatto per dimostrare la nostra vicinanza al mercato, concretamente. Come? Per tutte quelle palestre che oggi hanno non più di 100 anagrafiche attive (ovvero con un abbonamento abbinato), offriamo il nostro intero ecosistema digitale a titolo completamente gratuito. A vita!
Per gli operatori di dimensioni maggiori, invece, abbiamo comunque previsto un'offerta davvero irresistibile che prevede 24 mesi di contratto di cui i primi 12 a titolo completamente gratuito ed i successivi 12 scontati del 50% rispetto alle tariffe di catalogo.
E come se non bastasse, vantiamo un supporto tecnico attivo in tempo reale integrato direttamente all'interno del gestionale con il quale fornire assistenza immediata.
Ecco, questo è il nostro approccio e sul mercato italiano non solo intendiamo restarci a lungo ma diventare anche leader .

Grazie mille Michele e in bocca al lupo per i tuoi progetti e quelli di Magicline! ■

www.magicline.com/it



PREZZI IMBATTIBILI

WWW.FIWESTOCK.COM

BEST Quality Product

L'ISTITUTO PER IL CREDITO SPORTIVO a sostegno dello SPORT,

una delle difese immunitarie sociali più importanti

La ripartenza dell'Italia passa anche attraverso lo Sport, in tutte le sue articolazioni, dallo Sport di base e per tutti, obiettivo da perseguire quotidianamente, fino alla dimensione Olimpica, fatta di atlete e atleti azzurri.

Dal 2020 in Italia, a causa del covid e delle conseguenti restrizioni, la perdita economica del settore delle palestre ammonta ad oggi a 2 miliardi di euro con oltre 200 mila professionisti senza un lavoro stabile. (Dati Survey di Ifo International Fitness Observatory). Nel 2019 invece il settore fitness in Europa era in costante crescita con circa 65 milioni di iscritti ai club e con ricavi totali pari a circa 28 miliardi di euro.

Da lunedì 24 maggio hanno finalmente riaperto le palestre, chiuse in tutto il Paese da sette mesi a causa della pandemia. Una riapertura in sicurezza con scrupolose regole e direttive da seguire, ma è a tutti gli effetti "la ripartenza" di uno dei settori più duramente colpiti.

L'**Istituto per il Credito Sportivo**, banca sociale per lo sviluppo sostenibile dello Sport e della Cultura, **ha supportato concretamente in questi mesi, attraverso misure di liquidità, tutte quelle realtà che si sono trovate a dover far fronte a critiche situazioni finanziarie generate dall'emergenza covid**.

L'ICS, leader nel finanziamento all'impiantistica sportiva, grazie alla tradizione e all'esperienza consolidata in oltre sessant'anni di attività, lavora infatti da sempre al fianco degli enti pubblici e dei soggetti privati per aiutarli a realizzare grandi e piccoli progetti di sviluppo con la concessione di mutui agevolati sull'impiantistica sportiva.

Grazie ai Fondi Speciali di titolarità dello Stato in gestione separata presso l'ICS, (il Fondo Contributi negli Interessi, il Fondo di Garanzia e il Fondo per la salvaguardia e la valorizzazione del patrimonio culturale), il Credito Sportivo offre **finanziamenti a tassi agevolati e la copertura fino all'80%** delle garanzie da prestare sugli stessi finanziamenti.

L'ICS è una realtà dai grandi numeri, con una tradizione di affidabilità che ha contribuito a far crescere l'Italia finanziando 34.661 impianti sportivi del Paese e che ha avviato un importante percorso di sviluppo nel finanziamento degli investimenti nel settore dei beni e delle attività culturali.

In questo processo di crescita, obiettivo dell'Istituto è quello di assumersi ulteriori responsabilità, recitando un ruolo strategico nello sviluppo e nella gestione sostenibile degli impianti, non limitandosi a essere una "semplice" banca, ma anche una piattaforma di soluzioni che

INFORMAZIONE PUBBLICITARIA

razionalizzino il percorso progettuale, facilitando la realizzazione delle opere e l'ottimizzazione della loro gestione

L'Istituto ha il dovere di servire al meglio il sistema sportivo, fornendo strumenti utili e concreti a sostegno di iniziative imprenditoriali finalizzate ad ampliare l'offerta di sport in Italia, intesa come strumento di inclusione sociale e cura della salute, in grado di contribuire al miglioramento della qualità di vita di ognuno.

Per svolgere adeguatamente questa funzione non basterà ripartire, ma sarà necessario farlo nella giusta direzione: visione comune, adeguata capacità di ascolto e analisi, convinta collaborazione e strumenti adeguati e integrati. A proposito di strumenti e di collaborazione, va sottolineata l'importanza delle ulteriori misure introdotte dal Governo, **grazie alla spinta propulsiva della Sottosegretaria Vezzali e al prezioso supporto del Ministro dell'Economia**, che nel Decreto Sostegni-bis ha stanziato risorse finanziarie destinate anche ai **Fondi Speciali affidati alla gestione del Credito Sportivo**, che potrà mettere a disposizione altri 225 milioni di euro di finanziamenti agevolati, che si aggiungeranno ai 130 già erogati grazie alle prime due misure Liquidità Sport.

L'auspicio è che, questi e altri strumenti, nuova frontiera della collaborazione tra le varie Istituzioni, a partire dal Fondo Sport e Periferie e lo Sport Bonus, possano dare sollievo alla sofferenza di tutti coloro che operano nel mondo sportivo, partendo da ASD e SSD, così duramente colpiti da questa crisi sanitaria, sociale ed economica.

Lo Sport è una delle difese immunitarie sociali più importanti, sulla quale bisogna lavorare con convinzione per intervenire sul presente e anticipare il futuro.

Dal 24 al 27 settembre Il Credito Sportivo sarà presente con uno stand dedicato presso la Fiera di Rimini, in occasione del RiminiWellness, il salone del fitness, benessere e sport on stage, un appuntamento che permette a tutti gli appassionati della forma fisica e del benessere di incontrarsi e confrontarsi. Il personale dell'Istituto potrà fornire utili informazioni sui propri prodotti ad amministratori locali, operatori del settore, dirigenti di società sportive e a quanti desiderino conoscere le opportunità offerte dall'ICS per il finanziamento dell'impiantistica sportiva. Sono tantissime, infatti, le opportunità che la banca offre a chi vuole investire nello sport legato al benessere: dal mutuo ordinario, al mutuo light, al mutuo messa a norma fino al mutuo verde.

ICS ISTITUTO PER IL CREDITO SPORTIVO

Per informazioni contattare il
Numero Verde 800298278
info@creditosportivo.it
www.creditosportivo.it

di *Mauro Brignoni*

IL MARKETING DIGITALE FA BENE AL "BUSINESS REALE"

QUALI STRUMENTI UTILIZZARE PER VALORIZZARE IL BRAND DI UNA PALESTRA, FIDELIZZARE I PROPRI CLIENTI E ATTRARNE DI NUOVI

L'accelerazione digitale e la fruizione di contenuti on-line da parte di ogni tipologia di utente e fascia d'età è sotto gli occhi di tutti ed è una delle implicazioni "no-return" conseguenti alla crisi mondiale che oggi stiamo attraversando.
Le palestre, come già abbiamo avuto modo di argomentare, non sono esenti da questa evoluzione e gli imprenditori di questo comparto devono imparare a gestire e cavalcare la **tigre digitale** soprattutto in vista della prossima riapertura, sia per rassicurare i clienti abituali sia per attrarne di nuovi.
Proviamo a fare allora un po' di chiarezza tra definizioni, utilità ed interconnessioni di alcuni ***tool*** con cui anche un gestore di centri fitness deve avere confidenza per poterli utilizzare al meglio.

Il sito internet e la sua evoluzione, da bigliettino da visita a e-commerce

La prima visita al centro avviene on-line, e il sito è suo **biglietto da visita** ufficiale. È importante che lo stesso introduca il nuovo utente al palinsesto delle attività svolte, alle proposte commerciali e ai servizi complementari offerti; ma è ancora più importante che chi naviga al suo interno percepisca il clima generale che vivrà frequentando il centro e focalizzi quali saranno i benefici personali che ne potrà trarre.
Il sito internet deve riuscire ad **anticipare i vantaggi** derivanti dalla frequentazione di quella specifica palestra perché… ogni palestra è unica! Per questo è estremamente importante, che sia collegato a canali di comunicazione in movimento e **costantemente aggiornati** come il blog, le pagine social, le newsletter.
La naturale evoluzione, anche per i centri fitness e wellness, riguarda l'**e-commerce** e la sua capacità di offrire agli utenti la possibilità di un acquisto diretto di prodotti e servizi.
L'attivazione della vendita on-line produce fin da subito **3 effetti estremamente importanti**: in primis l'utente, può vivere la propria esperienza di acquisto senza essere condizionato da influenze esterne; vi è un oggettivo risparmio di tempo e di personale dedicato alla vendita che avviene in forma autonoma da parte del futuro cliente; non ultimo la vendita on-line rispetta qualsiasi tipo di protocollo sanitario.

Non solo dal sito all'utente, ma anche da cliente a cliente

Per i motivi appena citati è importante che la *customer journey* sia particolarmente curata; infatti il percorso di navigazione e tutti i punti di contatto tra il consumatore e un marchio, un prodotto o un servizio deve includere, oltre ai momenti di interazione diretta tra cliente e azienda, anche i contatti indiretti come le opinioni di terzi, le recensioni e tutto quanto indirizzi il futuro iscritto ad una scelta profonda e consapevole.
Le soluzioni per integrare un sito internet con funzioni di web-shop sono ormai alla portata di tutti, sia in termini economici che tecnici.
Ad esempio *SmallPay*, la società che ho fondato e che dirigo, è in grado di integrare su tutti i siti le funzionalità e-commerce con soluzioni che, nell'arco di 24 ore,

rendono autosufficiente la palestra permettendogli di vendere on-line lezioni individuali, corsi e abbonamenti anche con **pagamenti rateizzati e personalizzabili**.

Il blog, la parte sempreverde di un sito internet

Il blog è un vero *diario di bordo* dove poter parlare delle proprie passioni, dell'utilità dei servizi offerti, di momenti di vita sportiva vissuta all'interno del centro attraverso articoli, immagini e video che **evochino emozioni in linea con l'argomento trattato**. È lo strumento ideale per avviare un dialogo attraverso il quale la palestra si racconta e condivide esperienze, testimonianze e opinioni relativamente a contenuti "caldi" per il suo pubblico. Come in tutti i dialoghi che si rispettano, di norma, alla fine del singolo contenuto il lettore ha la possibilità di lasciare un commento e di interagire direttamente con l'autore. Questa è la grande differenza rispetto al solo sito internet, generalmente one-way in fatto di comunicazione, che non offre possibilità di replica e interazione con l'utente. Il blog all'interno del sito ne aumenta l'efficacia comunicativa.

Un blog, 4 vantaggi

1) Contenuti di valore generano fiducia ossia il valore fondamentale che l'imprenditore deve conquistare verso il mondo che ha costruito. La fiducia rende probabile l'acquisto dei servizi erogati, essere **costanti, utili e innovativi** nella produzione dei contenuti, porta ad essere riconosciuti come autorevoli dal proprio pubblico che considererà il Club, tramite il suo blog, un punto di riferimento riuscendo anche ad attrarre nuovi clienti.
2) Procura contatti profilati, l'utente interessato ai contenuti pubblicati è più disponibile a condividere le sue **esperienze** (ad esempio di allenamento) le sue opinioni sui temi trattati e, facilmente, sarà anche più disponibile a lasciare i suoi dati di contatto. Solo dopo averlo conosciuto meglio potrai proporgli le tue offerte commerciali in modo mirato e puntuale.
3) Aiuta l'indicizzazione sui motori di ricerca, i contenuti pubblicati non passeranno inosservati ai motori di ricerca come Google, che li metteranno a disposizione di un pubblico che sta effettuando ricerche in linea con quello che racconti, con quello che offri; questo aiuterà la tua azienda ad incontrare nuove persone interessate al tuo servizio, un pubblico che può essere trasformato più facilmente in nuovi clienti.
4) È un magazzino di argomenti per comunicazioni trasversali, un'agenda strutturata e un piano redazionale di articoli per alimentare il blog non è finalizzato e utile soltanto a questo strumento di comunicazione ma, gli stessi contenuti, possono essere utilizzati trasversalmente su altri canali di contatto come i social ma, soprattutto, le newsletter.

L'email marketing è morto? Viva l'email marketing!

11.000 aziende che comunicano con 14 miliardi di email, questa è la fotografia di un anno di *email marketing in Italia*. Tutti noi siamo raggiunti quotidianamente da un significativo volume di comunicazioni via mail tanto che, a volte, abbiamo la sensazione di esserne travolti e siamo portati a credere che l'efficacia dello strumento newsletter sia ormai pressoché nulla.
In realtà le statistiche dimostrano che l'email marketing, con invio ad un database di indirizzi attivi, profilati e potenzialmente interessati ai servizi offerti da un'azienda conosciuta, è tuttora uno degli strumenti di digital marketing più vantaggiosi, sia in termini economici che per quanto riguarda il tasso di conversione.
L'ultimo report statistico complessivo del settore attribuisce all'email marketing un ROI (ritorno sull'investimento) medio di $38 per ogni dollaro speso.
Con un'attività strutturata e calendarizzata la **palestra 2.0 può creare e coltivare relazioni** con i suoi clienti, raggiungerne di potenziali e convertirli da prospect a clienti. Si può aggiornare il proprio pubblico su eventuali novità e offerte, verificare grazie alle statistiche di apertura e interazione, quali argomentazioni e messaggi hanno avuto più successo e quindi rilanciarli, tramite il blog, sulle pagine social.
Inoltre l'email marketing permette di personalizzare i messaggi in base al destinatario, alle sue preferenze, alla sua propensione d'acquisto. Ecco perché profilare la propria clientela diventa fondamentale per un'**azione commerciale efficace**.
L' email marketing poggia oltre che sui contenuti, anche sulla bontà e ricchezza del database di indirizzi dell'azienda. Il database dei clienti o mailing list profilate di possibili nuovi utenti sono da considerarsi veri e propri **beni aziendali** che meritano, da parte di ogni imprenditore, molta attenzione e una cura quasi maniacale.

Quali sono strumenti valorizzano il brand della palestra e alimentano il suo business?

Non esiste la bacchetta magica e non esiste un solo strumento che soddisfi tutte le esigenze di comunicazione. Solo creando un circolo virtuoso tra tutti gli strumenti si potrà veicolare la giusta informazione che generi fiducia e che, successivamente, induca all'acquisto o al riacquisto. È necessario creare un ecosistema che faccia interagire tra loro gli strumenti e i canali di comunicazione utilizzati con un continuo gioco di rimando che tenga conto delle specificità di ogni singolo media e crei un equilibrio "in movimento". Come ogni sportivo sa bene, i risultati migliori sono il frutto di esercizio costante, programmato, coordinato, costantemente monitorato, solo così si diventa campioni della comunicazione. ■

Mauro ***Brignoni***
Ex atleta professionista e laureato in Scienze Motorie, ha ideato, realizzato e diretto diverse strutture sportive e centri fitness. Socio Fondatore di SmallPay, società specializzata nella realizzazione di software di collegamento con i sistemi di pagamento digitali.

IL NEMICO SIAMO NOI

"Marzo 2020, scoppia la pandemia e il nostro settore, totalmente frammentato, inizia il suo calvario.
Il nostro peggior nemico non è stato il Covid e nemmeno le Istituzioni, ma l'incapacità negli ultimi 20 anni di fare squadra tra Operatori per tutelare, accrescere e proteggere il nostro settore.

È un dato di fatto, inutile fingere che non sia così.
Ci siamo tutti lamentati della poca rappresentatività e di quanto poco le Istituzioni sapessero del nostro settore, della sua essenzialità e della sua importanza per adolescenti, adulti ed anziani.
Forse negli ultimi anni, tra il coffe-break di un convegno e l'altro, siamo sempre stati troppo impegnati a comprare attrezzi, a trovare sostituzioni dell'ultimo minuto o a "rubarci" gli utenti con promozioni d'assalto; una spirale autoreferenziale che se da un lato faceva prosperare le singole iniziative, dall'altro **non ha costruito nessuna identità e nessuna autorevolezza comune per l'intero Settore**.
E quindi? **Quindi a marzo 2020 siamo tutti corsi ai ripari cercando supporto, forza ed identità gli uni con gli altri,** e sono nate tantissime sigle, Associazioni e raggruppamenti. Tante, forse troppe sigle, ma sicuramente un'ulteriore conferma che il nostro Settore ha necessità di ritrovare una nuova identità per il futuro.
Ora i Club sono riaperti, tra mille difficoltà, in un'estate povera di ricavi e con **previsioni drammatiche dove il 30% delle Strutture sono a rischio chiusura**.
Ma ora che i Club sono aperti tutto si è assopito, nelle chat non c'è più fermento, gli incontri (dal vivo o su zoom) sono diventati una seccatura ed ognuno è tornato ad occuparsi del proprio "orticello", delle sostituzioni all'ultimo minuto, di quale macchinario comprare e di cosa far rottamare per raschiare qualche utente in più.

Cosa abbiamo imparato?
Evidentemente nulla

Ma siamo sempre in tempo per modificare la rotta, per **provare a cambiare e scrivere insieme il futuro del Settore Wellness e delle Attività Sportive per la Salute**".
Queste le parole di Andrea Pambianchi imprenditore del settore, titolare di Club e presidente di **CIWAS** (**www.ciwas.it**), la Confederazione Wellness che in questi lunghi e difficili mesi ha lottato in prima linea per tutelare e proteggere le Strutture Sportive **dialogando con le Istituzioni in maniera collaborativa ma senza far mancare critiche quando necessario**.

"Critiche" che adesso vengono rivolte al Settore stesso, ai titolari dei Club, ai Professionisti, agli Amministratori Delegati delle Società Commerciali come ai Presidenti di ASD/SSD insieme con i **Presidenti delle tante sigle** nate negli ultimi 12 mesi che hanno saputo raccogliere e fare sintesi del malcontento territoriale, ma che r**ischiano di evaporare per mancanza di interesse** da parte di chi, fino al giorno prima della riapertura, cercava giornalmente aiuto, confronto e rassicurazioni su come districarsi tra le varie norme, capire l'andamento della situazione, chiedere un supporto per richiedere fondi e sostegni.

È anche a causa di questo disinteresse che probabilmente – prosegue Pambianchi – ad oggi il nostro settore non ha l'autorevolezza che merita. **Anche CIWAS è una "nuova" sigla ma il suo cammino è stato molto diverso; è un cammino iniziato nel 2017 con Fitness Network Italia - FNI (www.fitnessnetworkitalia.com)** una commu-

INFORMAZIONE PUBBLICITARIA

EDIZIONE STRAORDINARIA

Anno 161° - Numero 70

GAZZETTA UFFICIALE

DELLA REPUBBLICA ITALIANA

PARTE PRIMA — Roma - Martedì, 17 marzo 2020

SI PUBBLICA TUTTI I GIORNI NON FESTIVI

La Gazzetta Ufficiale, Parte Prima, oltre alla Serie Generale, pubblica cinque Serie speciali, ciascuna contraddistinta da autonoma numerazione:
1ª Serie speciale: Corte costituzionale (pubblicata il mercoledì)
2ª Serie speciale: Unione europea (pubblicata il lunedì e il giovedì)
3ª Serie speciale: Regioni (pubblicata il sabato)

RELAZIONE TECNICA

Art. 95 (Sospensione versamenti canoni per il settore sportivo)
La disposizione prevede la sospensione fino al 31 maggio 2020 dei termini per il pagamento dei canoni di locazione e concessori relativi all'affidamento di impianti sportivi pubblici dello Stato e degli enti territoriali, predetti canoni sono versati, senza applicazione di sanzioni ed interessi, in un'unica soluzione entro il 30 giugno 2020 o mediante rateizzazione fino a un massimo di 5 rate mensili di pari importo a decorrere dal mese di giugno 2020.
Secondo le rilevazioni del CONI e dell'ICS il numero totale degli impianti pubblici censiti ammonta a circa 76.000 unità.
Non è definibile un rapporto attendibile tra infrastrutture sportive pubbliche (che dai dati in nostro possesso sono in prevalenza) e private, ma se dovessimo indicare una proporzione ci orienteremmo su 2/3 pubblici e 1/3 privati (una ricerca CNEL 2003 indicava 77,8% pubblici / enti territoriali e altri enti pubblici / e 22,2% privati).
La stragrande maggioranza di questi impianti è di proprietà di enti territoriali (di pertinenza statale risultano soltanto lo Stadio Olimpico ed il Foro Italico: il primo di proprietà della struttura operativa Sport e Salute s.p.a.; il secondo dato in concessione dal demanio a Sport e Salute s.p.a.). Peraltro, non tutti gli impianti in esame sono dati in concessione onerosa: molti di essi sono infatti affidati (in

61

diritto di superficie, ad esempio) senza alcuna controprestazione, esclusi ovviamente gli oneri di manutenzione.
Veniamo ora alla stima prudenziale dei canoni di utilizzazione.
Considerando una sommaria classificazione prodotta da Fitness Network Italia, della quale però è stato possibile verificare la metodologia di raccolta ed elaborazione dei dati, dividendo per cluster di impianti grandi e piccoli-medi, pubblici e privati, si potrebbe stimare un impatto mensile non

Disegno di legge n. 2828

CAMERA DEI DEPUTATI

N. 1.

ORDINI DEL GIORNO

Seduta del 18 dicembre 2020

impegna il Governo:

ad adottare ulteriori iniziative normative volte a:

estendere ulteriormente la data utile di revisione dei rapporti concessori in scadenza (prima indicata nel 31 luglio 2023) di cui all'articolo 216 comma 2 del decreto-legge n. 34 del 2020 alla luce del protrarsi dello stato d'emergenza, da 3 a 10 anni dal termine dello stato di emergenza;

estendere il periodo di validità dell'eduzione per gli affitti e i canoni concessori di cui all'articolo 216 comma 3 del decreto-legge n. 34 del 2020 a far data dal termine della precedente norma e fino alla data ufficiale di fine emergenza sanitaria; con relativo annullamento IMU per il proprietario dei locali;

estendere le disposizioni sul *voucher* abbonamenti di cui 216 comma 4 del decreto-legge n. 34 del 2020 fino alla dichiarazione di termine dello stato d'emergenza o comunque fino al 30 aprile 2021. Tale provvedimento, risulta indispensabile al fine di evitare contenziosi con gli utenti e il mantenimento di un equilibrio economico finanziario dei gestori;

prevedere che le norme sulla sospensione dei mutui siano estese ai leasing operativi e canoni di assistenza con cui palestre, piscine e centri sportivi si approvvigionano dei macchinari da allenamento; fino alla dichiarazione di termine dello stato d'emergenza o comunque fino al 30 aprile 2021;

prevedere l'introduzione di un bonus fiscale *wellness* a favore degli utenti, per favorire le iscrizioni e stimolare la ripresa, ampliando i soggetti beneficiari, i limiti di spesa e semplificandone l'operatività;

prevedere, con riferimento all'articolo 1 del provvedimento in esame, che il calcolo dei ricavi su calcolare il bonus ricomprenda per le associazioni e le società sportive (ASD e SSD) dilettantistiche anche i ricavi istituzionali che rappresentano oltre il 90 per cento dei loro incassi.

9/2828/84. Ripani.

nity di club indipendenti, oggi oltre 300, nata sul modello delle reti di impresa per cooperare e migliorare la capacità competitiva dei singoli club con iniziative e servizi esclusivi per gli utenti.

A marzo 2020 poi la struttura di FNI ha dato vita al Tavolo Nazionale del Wellness da cui poi è nata **CIWAS, la Confederazione Wellness che unisce club, professionisti, aziende e altre 22 associazioni di categoria sul territorio** con le quali rappresenta il vasto settore delle attività sportive. Un mondo che conta oltre **100.000 Strutture Sportive, 1 milione di collaboratori ed il 3,4% del PIL del Paese con un indotto che arriva a 60 miliardi di euro**.

Una storia innovativa che in questi mesi ha lasciato un tratto profondo

CIWAS, allora Fitness Network Italia, è l'**unica realtà ufficialmente menzionata** nelle relazioni tecniche del D**L CURA ITALIA** e nel **DL RILANCIO** con la quale l'intero settore ha potuto beneficiare della riduzione del **-50% sugli affitti, del voucher rimborso** abbonamento, la **proroga concessioni** e molto altro (seppur sempre insufficiente data la gravità della situazione).

CIWAS è scesa 8 volte in piazza, in tutte le piazze di Italia, dai palloncini rossi di Genova, al sit-in di Firenze al 9 marzo 2021 in Piazza del Popolo a Roma e molte altre al fianco di club, enti e federazioni.

Non sono mancati centinaia di video-incontri con i rappresentanti di tutti i Partiti fino ad arrivare a **dialogare direttamente con l'Ex-Premier Conte e a presentare a Dicembre 2020 un ordine del giorno alla Camera dei Deputati** per richiedere ulteriori aiuti per le Strutture, per i Collaboratori ed incentivi e detrazioni per gli Utenti con il **Bonus Wellness e Sport** (odg n°9/2828/84).

Ciwas ha lavorato per la sopravvivenza ed in rappresentanza di tutto il Settore e non solo per i propri affiliati, per le Aziende, per i Professionisti, per le SSD come per le SRL Commerciali, con gli Enti e le Confederate per le Piscine come per le Palestre o lo Scuole Danza; a prescindere da dimensioni, servizi o tipologia di prezzo.

Ciwas è pronta a continuare il suo percorso, ma a questo Settore interessa oppure no?

È utile investire poche centinaia di euro per affiliarsi, supportare o diventare Confederata per cercare di costruire insieme una nuova autorevolezza per il nostro comprato o forse è meglio spenderne migliaia su qualche acquisto che magari tra 3 mesi è passato di moda?

Questo puoi deciderlo solo tu che stai leggendo:

ADESSO TOCCA A TE!

Scriviamo insieme il nostro futuro

www.ciwas.it/affiliazione

(costa meno di un volantinaggio ma vale molto di più)

CIWAS Confederazione Italiana Wellness e Attività Sportive per la Salute

#UnitiPerLoSport

LO STRANO CASO DELL'UOMO CHE È RIUSCITO A RIMORCHIARE 70 BARCHE A REMI CON 70 PERSONE INDOSSANDO MANETTE E CATENE SU BRACCIA E GAMBE

Se questo titolo ti ha impressionato, beh sappi che questa è solo una delle tante imprese compiute da questo grande uomo, considerato il pioniere nel mondo del fitness.

Pensa solo che se oggi vedi tutte le palestre che ci sono in giro, la maggior parte dei meriti vanno a lui, in quanto ha aperto una delle prime palestre negli USA nel 1936.

E se oggi ci sono tutte quelle macchine che riempiono le palestre, sappi che anche qui i meriti cadono verso costui perché la maggior parte di queste le ha inventate lui.

Ma in tutto questo, quello per cui quest'uomo ha diritto a beccarsi i migliori elogi che possano esistere è per il fatto che negli oltre 70 di carriera, ha motivato milioni e milioni di persone ad allenarsi e prendere il controllo della loro salute.

Hai già capito di chi si tratta?
E soprattutto, cosa centra tutto questo proprio con te?

Ti rispondo ad entrambe le domande: sto parlando del grande e unico **Jack LaLanne**; i suoi insegnamenti potranno cambiare per sempre le sorti del tuo club, e della tua vita in generale.

Continua a leggere per scoprire il perché…

La storia di Jack e i suoi incredibili insegnamenti

Quando è stato chiesto a Jack "come è possibile ferire il corpo umano?"

La sua risposta è stata "l'unico modo in cui puoi ferire il corpo è NON usarlo"

E non stava mica scherzando, eh!

Infatti…

Alla tenera età di 42 anni, ha stabilito il record mondiale di flessioni facendone oltre 1.000 in 23 minuti.

All'età di 45 anni, ha fatto 1.000 jumping jacks e 1.000 pullups in 1 ora e 22 minuti.

A ll'età di 60 anni suonati, ha nuotato da Alcatraz a Fisherman's Wharf per la seconda volta. Questa volta non solo indossava le manette, ma rimorchiava anche una nave da 1.000 libbre.

LaLanne era in una forma così straordinaria che poteva fare flessioni da disteso con i polpastrelli delle dita.

E, come ciliegina sulla torta, per festeggiare i suoi 70 anni, Jack è riuscito a rimorchiare 70 barche a remi con 70 persone indossando manette e catene su braccia e gambe.

In una sola frase?

Quest'uomo è un vero e proprio alieno.

Dubito che qualcun altro sia in grado di replicare i suoi stessi risultati.

Anche perché non penso tu abbia tanta voglia di farti incatenare mani e piedi, buttarti nell'oceano e trascinare una nave da 1.000 libbre con il rischio di annegare.

Per tua fortuna questo non è necessario per i nostri fini: ovvero trasformare le sorti del tuo club e trasformarlo in una macchina da combattimento come la forza trainante di Jack.

Ma quello che a noi interessa è riuscire a capire come ha fatto LaLanne a raggiungere questi obiettivi fuori dal comune fino in tarda età, e come adottare il suo modus operandi per raggiungere i nostri di obiettivi.

Quindi, da dove proviene questa forza inumana dell'unico e inimitabile Jack LaLanne?

La maggior parte dei meriti si riconducono alle sue abitudini quotidiane.

Il potere delle abitudini quotidiane

Lo so, lo abbiamo letto in molti libri.

Ascoltato da molti formatori.

Sentito in altrettanti podcast.

Ma quanti di noi hanno preso seriamente questo concetto?

Non so tu, ma Jack si rese conto fin da subito del potere che le azioni quotidiane potevano avere sulla sua vita.

Pensaci…

Se ti imponi un obiettivo e poi non fai nulla per raggiungerlo, equivale a non avere nessun obiettivo.

Da qui deriva il problema del brancolare nel buio senza mai trovare una via d'uscita.

Magari di tanto in tanto provi a fare determinate azioni, non vedi risultati nell'immediato e poi rinunci pensando che quelle azioni non servano a nulla.

Ma è proprio questa la potenza delle azioni quotidiane: i risultati non arrivano nell'immediato, ma ogni azione ripetuta nel tempo ti avvicina sempre più verso i tuoi obiettivi più ambiziosi.

E sottolineo la parola ambiziosi.

Sì perché più un obiettivo è di grandi dimensioni, più tempo ci vorrà per raggiungerlo.

E senza andare troppo lontano, abbiamo un esempio lampante con l'attività fisica.

Quando una persona vuole stravolgere la sua forma fisica e trasformarla in una vera e propria opera d'arte, dovrebbe sapere che questa trasformazione non avverrà dall'oggi al domani.

Ci vuole tempo, impegno, disciplina e dedizione.

L'allenamento che ripete ogni giorno, lo aiuterà ad avvicinarsi al suo obiettivo.

E la cosa buffa è che questo potrebbe richiedere settimane, mesi, se non anni.

Ora, se quella persona avrà capito il potere delle abitudini quotidiane, e del potere di ripeterle anche quando i risultati non si toccano ancora con mano, allora è solo questione di tempo affinché quell'obiettivo venga raggiunto.

E se invece non comprende questo grande potere?

Beh, non otterrà mai quell'obiettivo e inizierà a dire a chiunque si trovi davanti, e che magari nutre il suo stesso obiettivo, che tutto questo è inutile a meno

che non inizi a prendersi steroidi mettendo a rischio la sua salute.

E da questo si capisce perché la maggior parte delle persone è alla costante ricerca di metodi rapidi e veloci per ottenere guadagni facili senza fare grandi fatiche.

La verità?

Non esiste nulla di tutto ciò. Senza un duro lavoro ripetuto per un certo periodo di tempo non è possibile ottenere risultati degni di nota.

Un esempio? Eccolo…

Jack per arrivare a soddisfare ogni suo obiettivo, si è sottoposto a una specie di tortura giornaliera che più o meno comprendeva queste azioni:

- **Sollevare pesi e allenarsi per 90 minuti;**
- **Nuotare o correre per 30 minuti (oltre all'allenamento di forza di cui sopra);**
- **Mangiare 10 verdure crude;**
- **Fare due pasti: una colazione tardiva e una cena anticipata;**
- **Sveglia alle 4 del mattino…**

…e tutto questo non lo ha fatto per un solo giorno. Nemmeno per qualche settimana. E neanche per qualche anno…no!

Tutte queste azioni le ha ripetute ogni singolo giorno per decenni e decenni.

Solo così è stato in grado di stabilire ogni possibile record quasi impossibile da replicare per noi comuni mortali.

Quindi, cosa possiamo imparare da tutto ciò?

Dobbiamo iniziare a capire quali sono le abitudini che dobbiamo svolgere ogni giorno per portare il nostro club a un altro livello…

…prendendo consapevolezza che questo non avverrà dall'oggi al domani, ma che con il giusto impegno e le giuste azioni ogni sforzo, presto o tardi, verrà ripagato!

Le giuste azioni giornaliere che ogni imprenditore del fitness dovrebbe compiere

Se sei un imprenditore del fitness, le uniche azioni su cui devi concentrare le tue energie ogni singolo giorno sono verso questi 4 versanti:

Sono le uniche quattro azioni in grado di farti ottenere innumerevoli vantaggi, tra cui:

- **+ Più incassi**
- **+ Più tassi di fidelizzazione**
- **+ Più clienti**
- **+ Più tempo libero**
- **+ E una svalangata di altri benefici che nessun altra azione sarà in grado di darti.**

Lo so perché sono le stesse che applica spassionatamente ogni mio cliente che generare numeri impressionanti rispetto a chi a stento riesce ad arrivare a fine mese.

Come puoi implementare queste azioni all'interno del tuo club nel più breve tempo possibile?

Prenotando una consulenza strategica gratuita con un tutor di casa Richfit

Il quale si prenderà cura di te, ascoltando la tua storia, scovando cosa sta funzionando e cosa no, e alla fine di darà una soluzione fatta su misura per te.

La consulenza è del tutto gratuita e per questo motivo i posti sono estremamente limitati.

Per scoprire quali sono le giuste azioni che dovresti compiere ogni giorno per elevare il tuo club e portarlo al livello successivo ti consiglio di prenotare subito il tuo posto su:

assistenzarichfit.com

Ti si aprirà un calendario, scegli la data e l'ora più comoda per te e il giorno dell'incontro, e poi lascia fare al nostro tutor. Perché sa quello che fa.

Bene, siamo giunti alla fine di questo nostro viaggio (anche se è solo l'inizio).

Ti ringrazio per la tua attenzione,

E ci vediamo dall'altra parte, per dar vita a un nuovo inizio.

Un inizio migliore.

Crea il Tuo Miglior Futuro

Emanuele e Paolo
Fondatori del Sistema Richfit

Ti piacerebbe unirti all'unico evento in cui si riuniscono solo i migliori imprenditori del fitness?

Il 4-5-6 e 7 Novembre a San Marino si terrà la quinta edizione di RICHFIT LIVE - il primo e unico evento dedicato agli imprenditori del fitness.

Si tratta di un evento in cui si riuniscono le migliori menti che lavorano in ambito fitness.

Ci saranno più di 150 imprenditori come te e le strategie di marketing, gestione, vendita e management che vedremo saranno cose mai sentite prima d'ora.

Per bloccare il tuo posto ti basta andare qui:

corsorichfit.com

E se non puoi venire a San Marino in quelle date? Abbiamo pensato anche a questo! Infatti potrai anche decidere di seguire l'intero evento comodamente da casa tua, o dal tuo ufficio.

>> Se la cosa ti può interessare, vai su corsorichfit.com e leggi tutti dettagli! <<

di *Roberto Panizza*

FITNESS ESPERIENZIALE

4 ELEMENTI FONDAMENTALI PER IL SUCCESSO

IL FITNESS SI EVOLVE, 4 STRATEGIE PER CAMBIARE L'ESPERIENZA DELLA CLIENTELA E AUMENTARE IL GRADO DI SODDISFAZIONE DELL'UTENTE

Sarà anche banale, ma se si promette o si vende una "esperienza" e dopo questa non c'è, o peggio non si è raggiunta la soddisfazione del cliente, allora è normale pensare che vi siete messi in un bel guaio.
Promuoviamo e vendiamo tutti i giorni proposte di fitness che a ragion del vero sono a tutti gli effetti esperienze. Ma nella maggioranza dei casi, le suddette esperienze non ci sono.
Un esempio ci viene dal settore turistico che, di prodotti esperienziali, ne ha fatto un affare e da tempo ha intrapreso un cammino in questa direzione facendo della motivazione del turista - nella scelta della vacanza sempre di più determinata da cosa si fa piuttosto che dove si va - una vera e propria disciplina ossia il **turismo esperienziale**. Oggi è impensabile per qualsiasi albegatore non tenerne conto, sarebbe fuori dal mercato.
Chi di voi, addetti ai lavori, nella scelta di un hotel per trascorrere la vacanza non ha verificato la presenza o meno di una palestra tra i servizi offerti? Penso più o meno tutti.
I vari sottoscala inutilizzati e attezzati alla bene meglio con qualche inutile attrezzo ginnico sono oggi per molti albergatori la preistoria a fronte di un armamentario di possibilità di fitness intese come esperienze il più delle volte legate al territorio.
Di tutto questo esiste anche la prova lampante ovvero i servizi per ciclisti. Storicamente altamente tecnici e venduti al solo ciclista amatoriale si sono adattati e personalizzati ad una clientela generalista più attenta agli aspetti emozionali ed esperienziali della loro vacanza aumentando di fatto il perimetro e i **numeri del business**.
Pacchetti di pernottamenti con percorsi enogastronomici con la bicicletta a pedalata assistita abbinati a trattamenti benessere sono oggi il pane quotidiano di ogni buon albergatore che fa affari con l'esperenziale.
Detta così vi sembrerà semplice sostituire nel discorso l'albergatore con il gestore di palestra e il gioco è fatto, ma non è proprio così.

Semplice, ma non quanto sembra!

Se pensate di fare affari assemblando i vostri prodotti e servizi fitness proponendoli in una chiave esperienziale vi state sbagliando. In aiuto vi vengono incontro i "quattro moschettieri" della palestra ovvero i quattro fondamentali individuali di un buon fitness esperienziale.
Il primo dei fondamentali individuali che deve diventare il **Mantra dei centri fitness** è che in una palestra ad essere il protagonista è il cliente. Nulla di più banale, direte voi.
Però è proprio così. Dal momento in cui il cliente è veramente il fulcro e svolge un ruolo attivo, solo allora potrà percepire realmente la sua attività fitness come un'esperienza.
Il secondo fondamentale individuale è quello più gratificante di tutti

e ci dice come concretizzare le prospettive di guadagno ovvero come **vendere il fitness esperienziale**.
Per capirci dobbiamo tornare per un attimo al nostro albergatore che è un po' come il gestore di palestra. Sa bene come vendere le camere tanto quanto il gestore di palestra sa bene come vendere gli abbonamenti. Di contro tutto quello che distoglie entrambi da questa attività è in generale poco ben accettato.

L'errore di replicare quello che fanno gli altri

Dovete sapere che il legame commerciale e distributivo con il prodotto esperienziale è molto forte. Tanto forte che chiede a gran voce di dimenticare per un attimo le logiche commerciali del così fan tutti a fronte di un modo più diversificato di proporre la palestra al pubblico. Le esperienze fitness sono per loro natura eventi di breve durata dove l'emozione e la sorpresa sono la principale motivazione di acquisto, molto piu' forte della componente fitness. Pertanto nulla vieta di proporre queste attività a tutti anche a coloro che non sanno neanche dove la palestra sta di strada con iniziative commerciali e distributive costruite ad hoc. Inoltre di certo c'è che chiunque esso sia che entra nella vostra palestra **ne esce di sicuro anche con un bel abbonamento**.

Quali e come sono fatti concretamente i prodotti e le esperienze di fitness?

Il terzo fondamentale individuale ci dice che costruire un prodotto in chiave esperienziale è per un gestore di palestra molto più semplice e divertente di quello che pensa perché è sufficiente che lo stesso titolare liberi la creatività del product manager che c'è in lui.
Si può agire sui due aspetti del prodotto. Sull' hardware, un esempio tra tutti creando ambientazioni e locali ad hoc fino a utilizzare anche i sistemi di fitness virtuale per stimolare i clienti attraverso sfide e allenamenti anche in piccoli gruppi, a interagire e competere tra di loro.
La sfida a questo punto può anche tranquillamente uscire dalle quattro mura della palestra diventando on line. Quindi in casa o al parco la sfida continua. E sul software, un esempio tra tutti con programmi di lavoro che fanno provare sul proprio corpo sensazioni come la frequenza cardiaca, lo scorrere del sangue, la sensazione di utilizzo di un determinato meccanismo di consumo energetico venduti come una **Gift box di fitness metabolico**. Ma questi sono solo esempi, chi più ne ha più ne metta.

L'importanza delle recensioni

Quarto ed ultimo fondamentale individuale è la valutazione del successo del fitness esperienziale. L'unico strumento valido a vostra disposizione è la "recensione". Non ne esistono altri.
Le recensioni non sono altro che il frutto e l'espressione diretta dell'esperienza vissuta dal cliente che se ben analizzate permettono di capire quali di queste continuare a offrire e quali sono i vantaggi più apprezzati.
Se ammettiamo che i nostri clienti sono i protagonisti abbiamo necessariamente bisogno di loro affinchè **raccontino le loro esperienze** e naturalmente che ci raccomandino.
Pertanto è fondamentale adattare i canali di comunicazione della palestra alle esigenze di espressione dei clienti.
Offrire la possibilità di utilizzare liberamente questi canali magari facendoli interagire con quelli personali per esprimere una determinata esperienza significa dare la possibilità di raccontarla o meglio di renderla ancora più reale, ma soprattutto di condividerla con gli altri ottenendo tutti i benefici del caso.
In conclusione capite che è molto importante fare attenzione a come comunicare e promuovere con la parola "esperienza". **Con il fitness esperienziale non si scherza**.
Il passo al disservizio e alle recesioni negative è molto corto.
Il fitness esperienziale necessita infine dell'attenzione e della partecipazione del cliente come elemento cardine.
Le attrezzature isotoniche a "prova di scemo" che hanno contribuito alla massificazione del fitness al pari della vasca dell'acquagym e di tante altre attrezzature e sale possono avere una vita nuova aprendosi a tipologie di clienti immaginabili fino ad oggi. ■

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

di *Marco Ascenzo*

LA RIUNIONE COMMERCIALE

PER AUMENTARE LE VENDITE DEL TUO CENTRO

MOLTI TITOLARI NON DANNO LA GIUSTA IMPORTANZA ALLE RIUNIONI COMMERCIALI COME STRUMENTO PER AUMENTARE IL FATTURATO

Tutti i titolari di palestre hanno chiara l'importanza della vendita, cioè l'insieme di tutti gli strumenti e abilità atte a vendere di più ai clienti o potenziali clienti. Esiste però uno strumento di vendita fondamentale per ottenere questo risultato, che viene poco utilizzato e scarsamente valorizzato dalla maggior parte dei titolari.

La riunione commerciale settimanale

Se una palestra vuole crescere e avere collaboratori che vendono di più non si può commettere l'errore di concentrarsi solo sul perfezionare le tecniche e gli script di vendita, o le abilità comunicative, senza sfruttare questo utilissimo strumento. Troppi titolari non fanno la riunione regolarmente perché non la ritengono utile, **non sanno come organizzarla** o peggio ancora pensano siano ore improduttive. La verità è esattamente il contrario, a condizione che vengano rispettate alcune caratteristiche e che la riunione venga fatta nel modo corretto.

Chi deve partecipare e quale scopo possiede

La prima domanda riguarda chi deve partecipare alle riunioni commerciali. La risposta è semplice: venditori, receptionist e responsabili degli istruttori. Tutti devono aggiornavi sugli andamenti e le strategie commerciali.
Lo scopo è quello di fare il punto della situazione sugli andamenti della palestra, misurare le **performance di vendita**, aggiornare i collaboratori su iniziative, azioni di marketing o novità che riguardano il centro.
Ma soprattutto lo scopo è quello di responsabilizzare lo staff sui risultati misurando le proprie

performance: in poche parole introdurre una cultura volta al continuo miglioramento e al raggiungimento degli obiettivi.

Gli argomenti da trattare nella riunione

La riunione è un momento di confronto tra i venditori e il titolare o il club manager che mira ad individuare le criticità del gruppo o dei singoli e approntare immediatamente le misure correttive: ulteriore formazione e affiancamenti mirati a migliorare le performance, stimoli e premi per gratificare i buoni risultati.
La riunione va preparata dai singoli venditori in anticipo.
Nello specifico ecco i dati da monitorare e da discutere di ogni singolo collaboratore:
Numero clienti attivi e numero clienti attivi della settimana precedente, Il saldo è attivo?
Il numero dei clienti gestiti dal singolo venditore stanno crescendo? Molti titolari purtroppo non conoscono questi dati e tanto meno i loro venditori.
Questo dato mira a creare una vera e propria cultura aziendale verso la crescita continua del numero dei clienti con abbonamento attivo.
Numero **tour spontanei** e numero di **iscritti** (percentuale di conversione), cioè quante persone il venditore ha iscritto rispetto al numero di persone che sono entrate a chiedere informazioni e a cui ha fatto una trattativa. Misura l'efficacia nella vendita.
Questa percentuale cresce o è stabile o addirittura diminuisce di settimana in settimana? Anche per questo parametro ci deve essere una continua ricerca al miglioramento.
Una percentuale di conversione soddisfacente non dovrebbe mai essere inferiore al 60%. Misurare questi valori permette al titolare di capire chi sono i venditori più performanti, se e come intervenire per migliorare i risultati.
Numero **contratti nuovi da procacciamento**, questo dato misura la capacità dei venditori di auto produrre nuovi contratti attraverso il lavoro di procacciamento.
Chiamando una lista di ex clienti da riattivare, stimolando i propri clienti ad invitare amici o parenti ad iscriversi, oppure attraverso iniziative esterne partecipando ad eventi o manifestazioni.
Numero di **pass prova** consegnati ai clienti /Numero **ospiti arrivati**.
Quanti pass di prova sono stati consegnati ai clienti per invitare nuove persone? Quante ne sono rientrate da questa consegna? Quante si sono iscritte?
Questo parametro permette di valutare la quantità e la qualità del lavoro di procacciamento tramite passaparola e di testare gli script di presentazione o gli incentivi offerti.

Cosa misurare per ridurre il tasso di abbandono

Numero di clienti attivi che non frequentano da più di 14 giorni.
Questo numero cresce o decresce ogni settimana? La frequenza è un indicatore fondamentale di fidelizzazione. Ridurre il più possibile il numero di clienti che non frequentano con costanza deve essere l'obiettivo primario di qualsiasi collaboratore, a partire dagli istruttori per finire ai venditori.
Chiamare prontamente il cliente che non frequenta già da due settimane, capire le cause dell'abbandono e stimolarlo a tornare ad allenarsi, permetterà di abbattere notevolmente il tasso di abbandono.
Lista **clienti che scadono nel mese corrente** suddivisi per singolo venditore. Chi sono i clienti a cui scade l'abbonamento nel mese corrente e quali sono le azioni da fare per non perderli? Quanti appuntamenti al giorno si dovranno generare e quale è l'obiettivo di rinnovi da raggiungere?
Lista delle **persone a cui è scaduto l'abbonamento** nella settimana precedente. Quanti sono? Chi sono? Che azioni sono state fatte? Quali azioni si potevano fare? Il cliente frequentava regolarmente o meno? Chi era l'istruttore di riferimento? Che azioni ha fatto? Quali sono state le motivazioni dell'abbandono?
La cultura che si introdurrà grazie a queste informazioni sarà proprio quella di non perdere nessun cliente e fare tutto il necessario per prevenire l'abbandono.
Contratti di rinnovo fatti nella settimana, quante persone hanno rinnovato l'abbonamento a scadenza o in anticipo? Quanti invece a seguito di una proposta non hanno accettato? Perchè?
In cosa si può migliorare nella comunicazione?

In ultimo, ma non per importanza, fatturato e incassato del mese

Dando per scontato che ad inizio mese si sia definito e assegnato ad ogni singolo venditore l'obiettivo in termini di incassato, la riunione commerciale è un momento fondamentale per fare il punto della situazione sull'andamento delle vendite e degli incassi e se questi sono in linea o meno con gli obiettivi.
Il fatturato e incassato è in linea con l'obiettivo? Se non lo è a cosa è dovuto? Quali sono le azioni da fare per correggere l'eventuale deficit?
Concludendo, se organizzata in maniera produttiva, la riunione commerciale si trasforma in un momento di confronto e di miglioramento continuo di quelle che devono essere i pilastri della gestione di un cento fitness.
Gestire bene una palestra infatti, non può prescindere dal controllo continuo dei dati aziendali e delle performance del reparto commerciale.
Cosi come non può prescindere dall'avere chiari gli obiettivi aziendali da raggiungere e come ripartirli tra i venditori.
E con questo è tutto, spero di avervi aiutato a rendere produttive le prossime riunioni commerciali. ■

Marco **Ascenzo**
Formatore e responsabile marketing e vendite delle palestre Vitality, ideatore di "Fitness Different" ha scritto i libri "I segreti del marketing on line per mettere il turbo agli incassi della tua palestra" e "Da domani cambio palestra!"
www.fitnessdifferent.it

RiminiWellness

dal 24 al 26 settembre 2021

Fiera di Rimini

RiminiWellness allunga l'estate 2021, la manifestazione internazionale di Italian Exhibition Group dedicata a fitness, sport e benessere lancia le nuove date per un ritorno tanto atteso: dal 24 al 26 settembre alla Fiera di Rimini. E apre a una stagione internazionale intensa per la Sport & Leisure Division di Italian Exhibition Group. A seguire, grazie alle recenti azioni di sviluppo del Gruppo, l'autunno vedrà IEG impegnata dal 28 al 30 ottobre nello svolgimento degli eventi acquisiti, il Dubai Muscle Show e Dubai Active al Dubai World Trade Center. Dal 25 al 27 novembre sarà la volta del nuovo Active & Sport Expo di Leon, in Messico, evento nato dalla prestigiosa joint venture con la Deutsche Messe di Hannover e finalizzata al lancio di nuovi eventi di settore in America latina.

RiminiWellness, riferimento dell'energia positiva, si sposta dunque dall'annunciato mese di luglio a quello di settembre in una fascia temporale di fiducia e sicurezza sanitaria a livello globale, anche con la ripresa decisiva della mobilità internazionale, indispensabile per l'organizzazione dei grandi eventi fieristici in presenza.

Le nuove date di RiminiWellness, scelte da IEG di concerto con i protagonisti del business di comparto, rispondono alla volontà di individuare un orizzonte che consenta di accogliere un pubblico energico, coinvolto e dinamico con un'offerta in linea con l'alto livello qualitativo e di partecipazione di una manifestazione che da oltre 15 anni porta sulla Riviera Romagnola i più alti standard e le tendenze d'avanguardia del benessere in movimento, promuovendo su scala mondiale gli straordinari valori sociali del vivere sani, grazie alla presenza dei più importanti player mondiali.

RiminiWellness 2021 torna con le iconiche occasioni di divertimento per gli sportivi nell'area FUN e di business matching per gli operatori professionali in Pro.Fit, ma anche con gli attesi focus specialistici di RiabiliTec, Pliates Junction, RiminiSteel e FoodWell Expo.

A rafforzamento del clima di fiducia sul fronte sanitario, si uniscono le misure e le azioni dirette di Italian Exhibition Group volte a favorire una visitazione sicura e positiva, che trovano riscontro nella garanzia del protocollo interno di #Safebusiness, nelle best practice di pulizia delle strutture certificate dall'accreditamento GBAC STAR e nel valore aggiunto dato dall'eterogeneità degli spazi espositivi della Fiera di Rimini, che consentono a IEG e RiminiWellness di adottare un approccio organizzativo flessibile e deciso a sfruttare la moltitudine di aree indoor e outdoor del quartiere.

RiminiWellness

www.riminiwellness.com

15MA EDIZIONE

RIMINIWELLNESS

FITNESS WELLNESS & SPORT ON STAGE

YOUNIQUE EXPERIENCE

24-26 SETTEMBRE 2021

FIERA E RIVIERA DI RIMINI

Organizzato da
ITALIAN EXHIBITION GROUP
Providing the future

In collaborazione con
ITA
ITALIAN TRADE AGENCY
ICE - Agenzia per la promozione all'estero e l'internazionalizzazione delle imprese italiane

Sezioni speciali
FOODWELL EXPO
RIMINI STEEL
RIABILITEC
PILATES JUNCTION

RiminiWellness

RIMINIWELLNESS.COM

ForumClub

12-13 OTTOBRE 2021

Bologna

Si svolgerà in presenza la 22a edizione dell'unico evento professionale in Italia per i professionisti di fitness, wellness e sport. Appuntamento il 12 e il 13 ottobre prossimi nel nuovissimo Exhibition Hall e al Palazzo dei Congressi del Quartiere fieristico di Bologna. In concomitanza con NEXT by ForumPiscine.

Il mondo del fitness è di fronte a un nuovo inizio, fatto di sfide e opportunità inedite. Anche per questo **ForumClub** torna in scena all'inizio dell'autunno, con l'obiettivo di fornire agli operatori e ai professionisti del settore la giusta "cassetta degli attrezzi" per soddisfare e anticipare le esigenze di un mercato in grande trasformazione. Ad attenderli a Bologna un'intensa due giorni di business e networking, con **Expo e Congresso internazionali**.

IL CONGRESSO: UN PROGRAMMA CHE GUARDA AVANTI

Il calendario del **ForumCongress**, che alternerà **sessioni a pagamento** e **gratuite**, sarà caratterizzato da un panel di relatori di grande spessore, in arrivo anche da altri settori e chiamati a intervenire su temi e priorità legati alla ripartenza.

Visione, ispirazione e **scenari** sono i cardini intorno ai quali ruoteranno i contenuti di un programma ad alto valore aggiunto, configurato per aiutare concretamente gli operatori del settore a indirizzare, con cognizione di causa, le proprie scelte presenti e future.

Un mix di **modelli, soluzioni e proposte concrete** per ridare slancio al proprio business e restare aggiornati su temi decisivi, specialmente in fase post-pandemica, a partire da tecnologia e sostenibilità (economica e ambientale); marketing e comunicazione; motivazione e anti-fragilità; social e digital marketing; mercato e nuove dinamiche di consumo e di prezzo; modelli di business e organizzativi; gestione economica e finanziaria; novità normative (sport, lavoro, sicurezza, sostegni).

Resta aggiornato e visita il sito di ForumClub per scoprire le anticipazioni sugli speaker e sul programma.

UN'EXPO ALL'INSEGNA DELL'INNOVAZIONE

I nuovi spazi messi a disposizione da BolognaFiere daranno alle aziende espositrici l'occasione di **tornare a dialogare dal vivo con buyer, titolari, manager e professionisti del comparto fitness, wellness e sport** provenienti da tutta Italia.

ForumClub si svolgerà all'interno di un unico grande padiglione che, nel rispetto dei rigorosi standard di sicurezza messi a punto dal Quartiere fieristico, ospiterà tra l'altro l'Innovation Area, destinata alla presentazione da parte delle aziende espositrici delle più importanti novità in ambito tecnologico e digitale per una ripartenza strategica ed efficace.

In mostra anche, come di consueto, tutto l'occorrente per gestire e mantenere in efficienza un centro fitness, wellness e sportivo, come pavimentazioni, arredi e complementi, impianti, soluzioni tecniche e software gestionali, abbigliamento e merchandising, consulenza e programmi per l'allenamento.

Tante le soluzioni per le aziende che scelgono di partecipare a questo nuovo ForumClub: a disposizione una selezione di **pacchetti all inclusive**, con stand chiavi in mano per assicurare loro una presenza da protagoniste e nel segno della massima praticità.

NEXT BY FORUMPISCINE: UN ABBINAMENTO CHE PREMIA

Per l'edizione 2021, ForumClub si svolgerà in concomitanza con NEXT by ForumPiscine, percorso espositivo e congressuale rivolto all'industria della piscina e dedicato a sostenibilità, innovazione e tecnologia.

Prende in questo modo forma un appuntamento che, riunendo in via eccezionale i comparti fitness, wellness e piscine, consentirà di amplificare i risultati in termini di business e networking per tutti i professionisti, gli operatori e le aziende espositrici coinvolti.

FORUMCLUB
22nd International Congress & Expo
for Fitness, Sport and Wellness Clubs

TEL. 051 272523
forum@ilcampo.it
www.forumclub.it

www.forumclub.it

LET'S BE THE CHANGE

FORUMCLUB

22nd International Congress & Expo
for Fitness, Sport and Wellness Clubs

12-13 ottobre 2021

Exhibition Hall & Palazzo dei Congressi
BolognaFiere

Il cambiamento del mondo fitness, wellness e sport comincia dalla nostra voglia di ritrovarci e immaginare un futuro migliore, perché più sostenibile, sicuro e innovativo. Lo faremo in presenza a Bologna, in sinergia con Next by ForumPiscine, mettendo in circolo le idee e le esperienze di aziende, operatori ed esperti: i protagonisti di una nuova stagione ricca di stimoli e opportunità.

Vendita spazi espositivi e segreteria scientifica:
Editrice Il Campo s.r.l.
tel. +39 051 255544 - fax +39 051 255360 - forum@ilcampo.it

Segreteria organizzativa e ufficio stampa:
ABSOLUT eventi&comunicazione
tel. +39 051 272523 - fax +39 051 272508

a project by IL NUOVO CLUB

in concomitanza con NEXT by FORUMPISCINE

Dubai Active

dal 28 al 30 ottobre 2021

Dubai

Il più grande evento dedicato al fitness e al wellness torna dal 28 al 30 Ottobre 2021 per la sua 5° edizione al World Trade Center di Dubai.

Dubai Active con oltre 30.000 visitatori attesi e 250 espositori, sarà uno dei più grandi eventi fitness che si terranno nel 2021.

Mentre il mondo sta riprendendosi dagli effetti della pandemia di Covid-19, nel Medio Oriente l'industria del fitness è in piena ripresa, più forte che mai; le palestre segnano un aumento dei nuovi iscritti dalla riapertura del maggio 2020, testimonianza del fatto che la gente ha dato priorità alla salute e all'esercizio fisico anche per rafforzare le proprie difese immunitarie. Gli Emirati Arabi Uniti, poi oltre a segnalare una rinascita dell'industria del fitness, hanno visto la riapertura in sicurezza degli eventi e delle fiere in presenza, nonché occupano una posizione di leader mondiale nella distribuzione dei vaccini. Da novembre 2020 e nella prima metà del 2021 Dubai ha ospitato alcuni dei più grandi eventi e fiere internazionali.

Il mondo del fitness guarda a Dubai Active come l'occasione perfetta per il business internazionale nel 2021 e ciò ha determinato un incremento di nuovi espositori e di leader internazionali che hanno confermato la loro partecipazione, tra i quali possiamo citare Panatta, Life Fitness, Concept 2, Matrix, Rogue, Hammer Strenght, Zumba, Pound Fit. A questi si uniranno i più grandi distributori e rivenditori del Middle East, in un evento che metterà insieme i migliori brand internazionali e buyer locali, partner e consumatori finali.

Dubai Active si sviluppa in due sezioni: Dubai Active e Dubai Active Industry. Dubai Active comprende le aziende dei settori fitness e wellness che si rivolgono al consumatore. Le aziende partecipanti sono produttori di integratori e aziende operanti nel settore della nutrizione e sana alimentazione, aziende di abbigliamento, palestre, centri e studi fitness. Le attività includono lezioni di gruppo di fitness, yoga, pilates, seminari, training funzionale, interventi di personalità internazionali del settore fitness e la competizione internazionale di funzionale – The Turf Games and Battle Of The Bars (finale mondiale di Calisthenics).

Dubai Active Industry si focalizza sulla comunità di operatori professionali e mira a promuovere la crescita, lo sviluppo e il networking. Tra i partecipanti saranno presenti palestre, club, hotel, aziende del settore food e nutrizione, rivenditori, distributori, Personal Trainer; gli espositori includono produttori di attrezzature, tecnologie, formatori e altri operatori professionali del settore fitness e wellness. Dubai Active Industry ospita diverse conferenze B2B, tra le quali citiamo il Fitness Leaders Business Summit, Wellness Summit, Exercise Professionals Summit e Physio & Rehab Summit. Inoltre saranno presenti all'evento i principali buyer del Middle East, e le start up partecipanti alla Dubai Active Industry Start Up Challenge, avranno la possibilità di vincere un investimento tra i 30.000 e i 500.000 dollari.

Gli sponsor dell'evento:

Title sponsor: The Platform Studios; Fitness stage Sponsor: Shreddy; Wellness Talk Sponsor: Spinneys; Gold Sponsor: AKI Fitness e Befit; Business Hub Sponsor: Active IQ; Silver Sponsor: Pocari Sweat.

DUBAI ACTIVE

info@dubaiactiveshow.com
www.dubaiactiveshow.com

DUBAI ACTIVE

28 - 30 October 2021

Dubai World Trade Centre

EXHIBIT AT THE LEADING HEALTH & FITNESS EXPO IN THE MIDDLE EAST

What to expect:

-- 25,000 visitors

-- Influential industry distributors & retailers

-- Support with launching your business into the UAE

-- Dedicated industry buyers

-- Middle East Fitness Business Summit

-- Top international celebrity talent

BOOK A STAND

+971 4 559 4732

INFO@DUBAIACTIVESHOW.COM

DUBAIACTIVESHOW.COM

Title Partner	Fitness Stage Partner	Wellness Stage Partner	Silver Sponsor	In Collaboration With	Organised By
THE PLATFORM STUDIOS	SHREDDY	Spinneys	POCARI SWEAT	DUBAI SPORTS COUNCIL	HBG EVENTS / ITALIAN EXHIBITION GROUP

FIBO
spostato dal 7 al 10 aprile 2022
Colonia

L'appuntamento Nr.1 al mondo per il Fitness, Wellness & Salute!

Sport e Benessere stanno acquistando di questi tempi una sempre maggiore importanza nel dibattito sulla salute pubblica e nella vita quotidiana.
Con FIBO 2021 vedremo rilanciare energicamente il business dell'industria del Fitness con ancor più dinamismo e ottimismo per dare forma al Futuro del Fitness, Wellness e Salute!
Gli espositori di FIBO, in questa speciale edizione di ritorno dopo il lungo periodo di stop dovuto alla pandemia, avranno infatti l'opportunità di lanciare nuovi prodotti e servizi e riunirsi con il settore grazie al collaudato format in presenza nel Quartiere Fieristico di Colonia. FIBO ritorna con un focus ancora più marcato su temi di scottante attualità quali le tecnologie digitali e le tematiche legate al mondo della salute, con il motto "for a strong and healthy society"! FIBO metterà in evidenza l'indispensabile contributo del fitness dal punto di vista medico e porterà al centra del dibattito soluzioni per salvaguardare e far crescere il proprio business, una volta superata l'attuale crisi.
Naturalmente, al fine di garantire la sicurezza di tutti gli espositori, visitatori e partner di FIBO 2021, verrà adottato un sistema completo di misure di prevenzione: oltre alle precauzioni obbligatorie quali l'igienizzazione delle mani, l'uso della mascherina ed il distanziamento, verrà inoltre utilizzato un moderno sistema di gestione dei flussi ed un efficace sistema di tracciamento dei contatti.
Questo è sicuramente un momento di grandi sfide ma anche di grandi opportunità. L'edizione di novembre sarà una vera piattaforma per nuovi business e commesse internazionali: un'occasione unica per le aziende di intercettare il primo slancio di investimenti e assicurarsi importanti commesse per il futuro.

FIBO novembre 2021 riunirà tutti gli attori ed i Key Player del settore per affrontare le sfide più urgenti ed improrogabili, garantendo una visibilità ancora più marcata, in un'edizione dove gli operatori professionali saranno ovviamente i veri protagonisti della manifestazione.
Uno degli obiettivi principali di questa edizione consiste inoltre nel coinvolgere nuovi gruppi target per promuovere uno scambio di conoscenze ancor più stimolante e soprattutto per creare nuove relazioni e contatti di business. A questo scopo FIBO sta arruolando Partner, Associazioni, Media e Piattaforme nuovi e consolidati, che uniranno le forze per dare impulso al rilancio del settore, realizzando un'edizione di grande successo.
Di concerto con i vecchi e nuovi Partner, FIBO offrirà uno straordinario programma di congressi, simposi, panel di esperti e incontri di networking. Inoltre, come sempre, un giorno prima di FIBO si svolgerà l'8° European Health and Fitness Forum (EHFF).

Il Salone combinerà infine strumenti fisici e digitali per garantire che l'intera industria internazionale del fitness possa essere protagonista in questo momento di transizione.
"Non vediamo l'ora di rivedervi finalmente!" Mrs Silke Frank - Event Director

FIBO GLOBAL FITNESS

Tel. 02.33402131
info@pg-mktg.it
www.fibo.de
www.fibo-power.de

FIBO GLOBAL FITNESS
GET YOUR TICKET
SPOSTATO
DAL 7 AL 10 APRILE 2022
4 – 7 NOVEMBER
EXHIBITION CENTRE COLOGNE
FOR A STRONG & HEALTHY SOCIETY
FIBO.COM
Organised by
Reed Exhibitions

Richfit Live

dal 4 al 7 novembre 2021

San Marino

Esiste un modo infallibile per aumentare gli iscritti di un centro fitness, fidelizzarli e incrementare i guadagni, senza spendere una fortuna?
Sì! Tutto questo è assolutamente possibile grazie ai 4 pilastri immutabili del Sistema Richfit
Il Sistema che ha permesso ad oltre il 93% dei nostri studenti di sopravvivere e crescere durante i Blocchi forzati.

Il 4-5-6-7 Novembre 2021 all'Hotel Palace di San Marino durante l'evento "RICHFIT LIVE… verrà mostrato come fare!"

"Questi 4 PILASTRI che mi hanno permesso di…
- *pagare prima me stesso per quello che realmente valgo,*
- *passare da 14 ore di lavoro al giorno a delegare quasi tutto il lavoro,*
- *attrarre più clienti con il minimo sforzo e senza spendere una fortuna,*
- *conoscere i numeri della mia palestra per una gestione impeccabile,*
- *selezionare i collaboratori giusti,*
- *liberarmi dalla schiavitù della mia palestra,*
- *guadagnare molto di più da ogni singolo iscritto grazie a delle controverse strategie di vendita".*

Ma quali sono questi 4 pilastri?
Eccoli…

Pilastro #1: Marketing

Pilastro #2: Vendita

Pilastro #3: Gestione

Pilastro #4: Management

Durante il Richfit Live (l'evento più atteso tra gli imprenditori del fitness) verrà mostrato come utilizzare ognuno di questi pilastri in modo da:
- Assicurarsi più clienti in ogni periodo dell'anno (anche nei periodi di bassa stagione)
- Guadagnare di più da ogni singolo iscritto
- Gestire al meglio la tua palestra come una vera azienda e liberarsi una volta per tutte dalla schiavitù delle 14 ore al giorno di lavoro
- Saprete esattamente come scegliere e selezionare i giusti collaboratori (che porteranno avanti il lavoro con o senza la tua presenza)
- Mettere su una solida strategia di acquisizione clienti (senza spendere una fortuna)
- E delle strategie contro intuitive per aumentare fino al 40% il tasso di fidelizzazione di ogni singolo iscritto
- E molto, molto altro ancora.

Per saperne di più visitate la nostra pagina:
www.corsorichfit.com
Oppure, per saperne di più e conoscere i fondatori del Sistema ed i risultati degli studenti visita **www.richfit.co**
Potrete anche prendere un appuntamento con un tutor di Richfit che si prenderà cura di mostrare la strada per prenotare il tuo posto in prima fila.
Inoltre, è prevista anche la diretta streaming, per assicurarsi di non perdere nemmeno un istante dell'evento direttamente dall'ufficio del Club. Visitate la nostra pagina.
Un tutor di Richfit si prenderà cura di voi.

Crea il Tuo Miglior Futuro
Emanuele e Paolo

RICHFIT
La scuola di formazione per Fitness Manager N. 1 in Italia
www.corsorichfit.com
www.richfit.co

FitnessConnected

dal 18 al 20 novembre 2021

Monaco di Baviera

Il nuovo salone internazionale "FitnessConnected", integrato nel circuito ISPO Network, si svolgerà dal 18 al 20 novembre 2021 presso il centro espositivo di Monaco di Baviera. L'associazione internazionale IHRSA (International Health, Racquet & Sportsclub Association) organizzerà per la prima volta la conferenza "IHRSA SMART Summit" nell'ambito di FitnessConnected. IHRSA e FitnessConnected puntano a raggiungere un livello di qualità elevato attraverso una stretta collaborazione e il coordinamento delle rispettive attività, per creare sinergie, rafforzare e integrare le rispettive reti, condividere conoscenze e, insieme, proporsi come partner di riferimento per il mondo del fitness.

Manifestazione puramente B2B, FitnessConnected ridefinisce l'immagine dell'industria del fitness, le sue opportunità e i suoi compiti. Al tempo stesso, FitnessConnected è una piattaforma innovativa che crea le opportune interfacce verso il mondo dello sport, il sistema della salute, le municipalità e il settore della cura della persona, sviluppando soluzioni trasversali.

"FitnessConnected non sarà solo un nuovo salone," afferma Ralph Scholz, co-promotore della nuova manifestazione, spiegando gli obiettivi. "FitnessConnected è un ecosistema orientato alle vendite e al marketing, che si è posto l'obiettivo di riaffermare il ruolo chiave del fitness per la salute e la socialità, favorendo l'introduzione di innovazioni in tempi più rapidi e aprendo nuovi mercati di riferimento."

FitnessConnected offre molti vantaggi agli espositori. Grazie al limite massimo di 250 metri quadrati per le dimensioni degli stand e a numerosi servizi aggiuntivi, ad esempio la riduzione dei costi accessori grazie al catering incluso e al minor numero di notti in albergo grazie agli orari di apertura della fiera, l'investimento per chi partecipa resta entro limiti accettabili. Oltre a Germania, Austria e Svizzera, il salone punta sui principali Paesi europei dalla Scandinavia al Mediterraneo, a conferma del suo ruolo di fiera internazionale. La concezione trasversale, che abbraccia tutti i comparti dallo sport al fitness, dalla salute al settore alberghiero, dalle istituzioni pubbliche alle infrastrutture urbane, si rivolge per la prima volta a nuovi gruppi di acquirenti. Inoltre, il sito web www.fitness-connected.com è una piattaforma di marketing attiva 365 giorni all'anno che può essere utilizzata come canale supplementare di marketing e vendita oltre al salone.

L'evento IHRSA SMART Summit si aprirà con un tour di palestre nella giornata di mercoledì 17 novembre 2021, durante il quale verrà presentata l'offerta di soluzioni per vendite, marketing, analisi, fidelizzazione e tecnologia in generale per tutti i gestori di palestre che puntano a potenziare il loro business. Il tour sarà accompagnato da presentazioni di altro profilo nel pomeriggio della prima giornata di FitnessConnected, nei giorni del 18 e 19 novembre. IHRSA SMART Summit sostituisce l'European Congress che si sarebbe dovuto svolgere originariamente a Berlino.

FitnessConnected
part of the ISPO-Network
Tel. +49 208 30667300
scholz@fitness-connected.com
www.fitness-connected.com