



# LA PALESTRA.it

DAL 2005 LA GUIDA PER I PROFESSIONISTI DEL FITNESS

LA PALESTRA - N°123 - marzo/aprile 2026 - 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".

**COVER STORY**

**Marco e Chiara Biffi, Founder e CEO  
della prima società italiana di compravendita di palestre  
e centri sportivi, *Business Fit Consulting***

Scopri di più a pag 44

# TECHNOGYM CHECKUP



## VALUTAZIONE FISICA E COGNITIVA:

- MENTE
- COMPOSIZIONE CORPOREA
- MOBILITÀ
- EQUILIBRIO
- FORZA
- CARDIO

## SCOPRI LA TUA WELLNESS AGE™

Technogym Checkup è il nuovo dispositivo di valutazione basato sull'intelligenza artificiale che utilizza test fisici e cognitivi per creare automaticamente programmi di allenamento personalizzati con il Technogym AI Coach.

Technogym Milano, via Durini, 1  
Chiama l'800 707070  
o visita [technogym.com](https://www.technogym.com)



Scopri di più



# LA CREATINA del benessere! +FORZA +RECUPERO

**Creavitalis®**

25BO27



- Ultramicronizzata
- Solubilità eccezionale
- Miscelazione rapida
- Produzione tedesca

Fai crescere il tuo business:  
richiedi ora informazioni sulla gamma prodotti - [info@whynature.it](mailto:info@whynature.it)

WELLNESS  
HEALTH  
YOUTH



**W**ELLNESS  
**H**EALTH  
**Y**OUTH

# MAGNESIO BISGLICINATO

EQUILIBRIO  
FORZA  
RECUPERO

- Forma chelata
- Alta biodisponibilità
- Migliore tollerabilità
- Migliore assorbimento



Fai crescere il tuo business: richiedi ora informazioni  
sulla gamma prodotti - [info@whynature.it](mailto:info@whynature.it)

# Made in Italy per il Pilates Classico

TecnoPilates®  
progetta e produce  
attrezzature per il  
Pilates Classico,  
preservando con  
rigore le specifiche  
e le proporzioni del  
metodo originale.

Produzione  
interna e controllo  
diretto della  
filiera assicurano  
qualità, precisione  
e affidabilità nel  
tempo.



# Dopo 20 anni di analisi su centinaia di palestre: scoperto il “punto cieco” che blocca 7 palestre su 10

## Un singolo anello debole decide se la tua palestra cresce o resta ferma.

*Emanuele Pianelli*

C'è una domanda che mi fanno sempre: **“Perché non cresco?”** La risposta è semplice. Hai un anello debole.

E non sai qual è.

Immagina la tua palestra come una catena. Ogni anello è un'area del business: marketing, vendite, prezzo, retention, servizio, team.

Non importa quanto siano forti gli altri anelli, la catena si spezza sempre nel punto più debole.

Puoi avere il miglior marketing della città, ma se il tuo processo di vendita fa schifo, i contatti non si trasformano in clienti.

Puoi vendere benissimo, ma se la retention è un disastro, perdi iscritti alla stessa velocità con la quale li crei.

Il problema? La maggior parte dei proprietari non sa qual è il proprio anello debole.

E quindi si ritrova ad investire tempo, soldi ed energie nel posto sbagliato. Tanta fatica e passione che spesso vengono buttate in cose che non riescono a fare la differenza.

Tre anni dopo si ritrovano con gli stessi problemi, stessa palestra, stessi numeri, stessa frustrazione. Corrono, ma sono sempre allo stesso punto.

## Il costo dell'ignoranza

Negli ultimi 20 anni, ho analizzato centinaia di palestre e salta sempre fuori lo stesso pattern: si rinforzano gli anelli già solidi, ignorando quello critico.

Chi ha problemi di vendite pompa budget in ads extra. Risultato? Più lead, ma zero conversioni. Chi lotta con la retention assume istruttori a caso. I clienti continuano a fuggire. Chi ha caos operativo compra novità. Il business resta fermo.

Conseguenza? Zero crescita, o peggio, declino e indebitamento.

Ma c'è una buona notizia: puoi identificare il tuo anello debole in soli 3 minuti, senza tirare ad indovinare.

## La diagnosi prima della cura

Il Richfit Check-Up è stato creato per evitare di continuare a sprecare risorse preziose in soluzioni che non fanno la differenza.

È un test di 3 minuti che fa chiarezza e identifica l'anello debole di una palestra.

Basta rispondere a poche domande sul tuo business. Il sistema elabora le risposte e ti manda un

video-report personalizzato via email in 30 minuti. Dentro il video report scopri il tuo anello debole, perché sta sabotando la crescita, e cosa fare nei prossimi 30 giorni per sistemarlo.

Niente consigli generici come “lavora di più”. Solo strategie su misura, basate su dati, non intuito.

## Metodo, non intuito

Questo check-up non ti dirà di “crederti forte” o “Impegnarti di più” Il nostro settore è pieno di gente che si spacca la schiena. L'impegno non è il problema.

Ti suggerirà dove concentrare i tuoi sforzi per ottenere il massimo risultato.

Quando risolvi l'anello debole, tutto il resto si sblocca fino al prossimo anello.

Ho visto palestre aumentare il fatturato del 35% in quattro mesi sistemando UN singolo processo.

Non hanno fatto rivoluzioni. Hanno solo messo il dito sul problema vero invece che su quello che pensavano di avere.

Questa è la differenza tra tirare a indovinare e sapere cosa fare si chiama metodo.

**RISERVATO AI PROPRIETARI CON AMBIZIONI DI CRESCITA**

**CHECK-UP GRATUITO:  
L'ANELLO DEBOLE CHE TI STA  
COSTANDO MIGLIAIA DI EURO**

*IN 3 MINUTI SCOPRI IL COLLO DI BOTTIGLIA NASCOSTO CHE BLOCCA LA CRESCITA DEL TUO CLUB E RICEVI IL PIANO D'AZIONE IMMEDIATO PER SPEZZARLO (STESSO METODO USATO DAI TOP PERFORMER DEL SETTORE).*



**FAI IL TEST**

*Inquadra il QR CODE oppure visita:  
[massimaresa.com](http://massimaresa.com)*



# Studio Mattonai

## Al fianco di chi fa dello sport un'impresa

Ci impegniamo per fornire ad associazioni e società sportive **supporto a 360°** in ambito fiscale, contabile e amministrativo. Mettiamo al centro la **formazione** per rendere i nostri clienti consapevoli delle loro scelte e della loro crescita.

### CONI



Lo Studio vanta collaborazioni consolidate con **partner tecnologici** specializzati nel settore sportivo, tra cui TeamSystem, SportClubby e Athletis, per offrire soluzioni integrate e all'avanguardia.

Lo Studio, composto da oltre 40 professionisti, si propone con un approccio specializzato nel settore dello **SPORT**. L'attività di gestione contabile e degli adempimenti è altamente efficiente anche a distanza grazie ai sistemi di digitalizzazione utilizzati.

**Sede a Bientina (Pi), Livorno e Padova.**  
**Uffici distaccati a Milano, Roma ed Olbia.**



[www.studiomattonai.it](http://www.studiomattonai.it)  
[info@studiomattonai.it](mailto:info@studiomattonai.it)



# Rivoluziona la tua palestra

IL GESTIONALE **SMART**, **INTUITIVO**, **POTENTE**



700+ PALESTRE HANNO GIÀ ADOTTATO SPORTIGO

## SEMPLIFICA LA TUA GESTIONE

Piattaforma in cloud: abbonamenti, prenotazioni, pagamenti, KPI sotto controllo.

## ORGANIZZA IL BOOKING 24/7

Prenotazioni semplici corsi, PT e prove, liste d'attesa automatiche e cancellazioni gestite.

## CONTROLLA GLI ACCESSI

Solo soci in regola. Ingresso rapido e sicuro con QR Code o badge.

## PERSONALIZZA LA TUA APP

La tua App brandizzata: iscrizioni, pagamenti e prenotazioni in autonomia.

## ACQUISISCI E FIDELIZZA CLIENTI

Comunicazioni automatizzate per riattivare soci e convertire nuovi lead. Aumenta i ricavi.

## MONITORA LE PERFORMANCE

KPI, affluenza e risultati economici in tempo reale. Trasforma i dati in azioni.



Prenota la tua demo gratuita

[www.sportigo.io](http://www.sportigo.io)

# Technogym PURE STRENGTH, l'ecosistema per l'allenamento della forza



**Una linea completa di attrezzi plate-loaded, i nuovi rig per l'allenamento funzionale ed il sistema modulare Universe offrono una varietà senza precedenti per l'allenamento della forza**

**PURE STRENGTH** rappresenta l'ecosistema **Technogym** dedicato all'allenamento della forza, sviluppato per soddisfare gli standard dei centri fitness professionali e delle diverse comunità sportive, dal bodybuilding al functional training.

Elemento centrale dell'ecosistema è la linea di attrezzature *plate loaded*, progettata per offrire la massima efficacia biomeccanica e garantire un'esecuzione del movimento sicura, naturale e precisa su tutti i principali gruppi muscolari. La

gamma è completata da un assortimento di accessori professionali tra cui dischi, bilancieri, kettlebell e ulteriori attrezzature tecniche, che consentono di strutturare programmi di allenamento completi e diversificati.

**PURE STRENGTH** include inoltre rigs modulari per il functional training, disponibili in numerose configurazioni per adattarsi a diversi layout e tipologie di centro, dalle aree dedicate alla forza alle zone orientate alla performance.

A integrazione dell'ecosistema, **Technogym** propone **UNIVERSE**, il sistema sviluppato in collaborazione con esperti internazionali del settore. **UNIVERSE** offre *layout* modulari e una vasta gamma di attrezzature integrabili all'interno della soluzione: dall'allenamento con i cavi al sollevamento pesi e al powerlifting, dal suspension training al calisthenics, con **UNIVERSE** è possibile allenare la forza attraverso diverse modalità, comprese resistenze isoinerziali ed elastiche. Il sistema risponde alle esigenze del personal training, delle attività di gruppo e dell'allenamento autonomo, garantendo elevati standard di coerenza metodologica ed efficacia.

Con **Universe** gli utenti possono allenare la forza in tanti modi grazie a un'ampia varietà di attrezzature integrabili all'interno della soluzione. Dall'allenamento con i cavi al sollevamento pesi e al powerlifting, dal suspension training al calisthenics, gli utenti possono accedere anche a resistenze isoinerziali, magnetiche ed elastiche per un allenamento sempre sfidante e differente che aiuta nel miglioramento delle prestazioni e nella crescita muscolare.

L'ecosistema **PURE STRENGTH** è inoltre affiancato dal canale digitale **@TechnogymStrength**, punto di riferimento per la community globale dello strength training, e da una linea dedicata di *wear & gear* ispirata ai valori e allo stile di chi pratica l'allenamento della forza.



## Technogym Checkup: la stazione AI per il precision training



**Technogym Checkup** è la stazione di valutazione basata sull'intelligenza artificiale che misura parametri fisici e cognitivi per creare un programma di allenamento personalizzato e adattivo. Dopo l'accesso tramite **Technogym App**, valuta composizione corporea, equilibrio, mobilità e capacità cognitive, calcola la Wellness Age e genera un precision program su misura tramite il **Technogym AI Coach**, integrato nel **Technogym Ecosystem** e accessibile ovunque. Per operatori e centri fitness, Technogym Checkup rappresenta un servizio ad alto valore aggiunto: migliora la customer experience, aumenta fidelizzazione e attrattività e consente di sviluppare nuovi servizi a pagamento.



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

# <sup>®</sup>GDMI

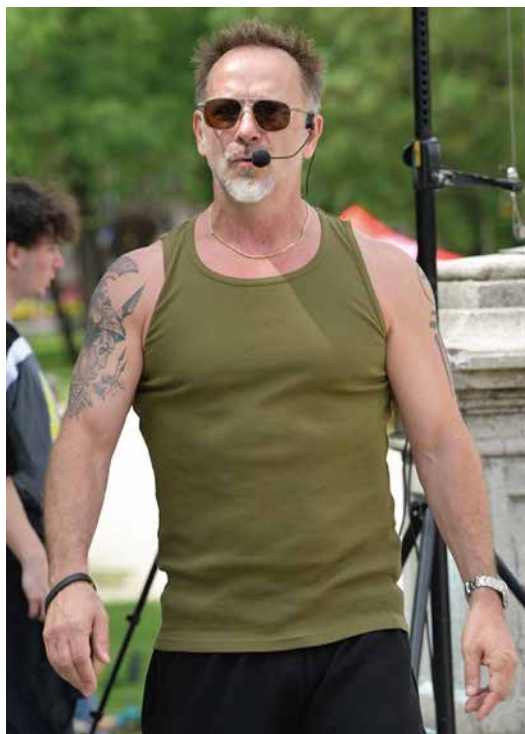
2 MAGGIO - BRESCIA

## SPACCAGAMBE 2026

L'EVENTO NAZIONALE

Una giornata.  
Una sfida.  
Un'emozione che resta  
per sempre.  
Allenamento.  
Corsa o camminata.  
Gruppo. Energia. Adrenalina.

# STOP ME IF YOU CAN<sup>®</sup>



<sup>®</sup>**GINNASTICA  
DINAMICA  
MILITARE**  
ITALIANA  
1978  


## INSIEME SI VINCE.

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



NUTRITION

**STOP  
ME  
IF YOU  
CAN®**

**23 g**  
**PROTEINE**  
per  
porzione  
da 280 g

# PIATTO PRONTO PROTEICO

**LOW SUGAR**

## BUONO E VELOCE!

Ideale per la tua pausa pranzo dopo  
l'attività sportiva.

### PRONTO SUBITO

a basso contenuto  
di zuccheri  
senza glutine

**Si conserva  
fuori dal frigo!**

Senza conservanti  
e coloranti aggiunti.



Fai crescere il tuo business:  
richiedi ora un campione assaggio gratuito! [info@whysport.it](mailto:info@whysport.it)

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

**WHY**  
**SPORT**

NUTRITION

# Bilancio preventivo: la bussola gestionale di ASD e SSD

**Pianificare oggi significa tutelare dirigenti, soci e futuro dello sport dilettantistico**

**T**rasparenza, democrazia interna, controllo dei costi e sostenibilità finanziaria: il bilancio preventivo non è un adempimento formale, ma uno strumento strategico. In un contesto normativo sempre più attento alla gestione e alla prevenzione della crisi, diventa il vero punto di partenza per governare e non subire la vita del proprio ente sportivo.

## Perché oggi parlare di bilancio preventivo

La Riforma dello Sport (D.Lgs. 36/2021) ha rafforzato l'obbligo del bilancio consuntivo per ASD e SSD, rendendolo centrale per trasparenza e correttezza gestionale. Non si tratta solo di un adempimento verso l'esterno, ma di uno strumento di tutela per chi amministra: la norma chiede chiarezza proprio per responsabilizzare i dirigenti e garantire un controllo interno consapevole.

Il bilancio serve a dimostrare come vengono gestite le risorse, ma soprattutto protegge presidenti e consiglieri, perché documenta scelte, priorità e utilizzo dei fondi. Molto meno attenzionato è il bilancio preventivo, che pur non essendo obbligatorio rappresenta il vero strumento di pianificazione dell'ente.

Osservazione pratica: spesso questi adempimenti vengono vissuti come un "fastidio burocratico". In realtà il consuntivo è lo specchio



retrovisore: ci dice dove siamo stati. Il preventivo è il parabrezza: ci permette di guardare avanti e scegliere la direzione.

Il consuntivo fotografa il passato, il preventivo costruisce il futuro.

## Bilancio consuntivo e preventivo: due facce della stessa medaglia

Anche se il bilancio preventivo non è formalmente obbligatorio, rappresenta oggi una vera best practice gestionale. Per questo suggeriamo sempre di approvarlo insieme al consuntivo, nella stessa assemblea.

Il bilancio consuntivo racconta cosa è successo. Il preventivo definisce cosa vogliamo che accada. Affiancarli significa creare continuità tra passato e futuro.

Vantaggi immediati:

- coerenza tra ciò che è stato fatto e ciò che si intende fare
- responsabilizzazione del consiglio direttivo, che riceve un mandato chiaro di spesa
- maggiore consapevolezza dei soci

sulle scelte economiche dell'ente. Senza preventivo, l'ente naviga a vista.

## Come si costruisce un bilancio preventivo

Si parte dai dati storici: costi fissi, ricavi ricorrenti, spese straordinarie. Si inseriscono poi gli obiettivi sportivi e strutturali dell'anno.

Il documento finale deve suddividere entrate e uscite per capitoli chiari.

Errori più comuni:

- fare stime "a sensazione"
- non distinguere costi fissi e variabili
- dimenticare manutenzioni
- non prevedere margini di sicurezza
- non confrontare mai preventivo e consuntivo.

## Il valore democratico per le ASD

Per le associazioni il preventivo è uno strumento di democrazia: l'assemblea approva le scelte economiche e delega il direttivo a spendere entro quei limiti. Senza preventivo il potere decisionale si

**La nuova generazione Powerfit: Biomeccanica d'eccellenza e struttura heavy duty per i professionisti del fitness.**



## HIP THRUST PL – 7386

La macchina professionale per l'allenamento mirato dei glutei

PREZZO LISTINO ~~1.499~~ + IVA

**PREZZO PROMO € 1.099 + IVA**

*Trasporto e montaggio esclusi*

- Efficienza: Massima attivazione muscolare dei glutei.
- Versatilità: Regolazioni rapide e intuitive per ogni utente.
- Solidità: Struttura heavy duty per carichi estremi.

Offerta valida fino al 30.04.2026 o fino ad esaurimento scorte

**Scopri di più sulla HIP THRUST**

Inquadra il QR per informazioni



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

**Sede operativa:**  
Via Giovanni Gioacchino Winckelmann 1  
20146 Milano  
[info@lapalestra.it](mailto:info@lapalestra.it)

**Direttore editoriale:**  
Cesare Salgaro

**Direttore responsabile:**  
Moreno Soppelsa

**Comitato redazionale:**  
Andrea Rivelli, Cesare Salgaro, Sara Saracino.

**Grafica:**  
Antonella Favaro

**Per la vostra pubblicità:**  
342.1168712  
[redazione@lapalestra.it](mailto:redazione@lapalestra.it)

**Hanno collaborato:**  
Marco Ascenzo, Marco Biffi, Massimiliano Di Rita, Claudia Fink, Alessandro Madonia, Luca Mattonai, Emanuele Pianelli, Paolo Ricchi.

**Immagini:** LA PALESTRA archivio,  
depositphotos.com

**Copertina:** Marco e Chiara Biffi,  
foto Agenzia MeravigliàLab

**Stampa:** Alpha Print

**Distribuzione: GRATUITA per aziende e palestre**

**Se desiderate non ricevere più la copia GRATUITA de LA PALESTRA, scrivete a [redazione@lapalestra.it](mailto:redazione@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.

concentra, con il rischio di perdere partecipazione e trasparenza.

### Reinvestire gli avanzi: programmazione vera

Gli enti sportivi non possono distribuire utili. Gli eventuali avanzi vanno reinvestiti. Il preventivo consente di pianificare investimenti pluriennali. Pensiamo a un'ASD di padel che vuole coprire un campo e pensa di spendere 100.000 euro: programmando disavanzi di 25.000 euro per quattro anni costruisce l'investimento senza traumi finanziari.

### Preventivo, controllo di gestione, DSCR e crisi d'impresa

Il bilancio preventivo rappresenta la base di ogni serio sistema di controllo di gestione.

Non è un documento statico, ma uno strumento dinamico che deve essere affiancato da un monitoraggio periodico dell'andamento economico e finanziario.

Confrontare mensilmente preventivo e consuntivo consente di individuare subito scostamenti, criticità o opportunità, permettendo al direttivo di intervenire per tempo, prima che piccoli problemi diventino strutturali. Per le SSD questo aspetto è ancora più rilevante alla luce della normativa sulla crisi d'impresa (Codice della Crisi), che dopo la sospensione dovuta alla pandemia è oggi pienamente operativa. La legge impone agli amministratori l'obbligo di dotarsi di assetti organizzativi, amministrativi e contabili adeguati alla natura dell'ente, finalizzati alla rilevazione tempestiva dello stato di difficoltà.

In concreto significa monitorare:

- flussi di cassa
- sostenibilità dell'indebitamento
- capacità di far fronte regolarmente ai propri impegni

Il DSCR (*Debt Service Coverage Ratio*) diventa così un indicatore chiave: misura se l'ente genera risorse sufficienti per rimborsare i debiti. Non è più una valutazione da banca o da consulente esterno, ma una responsabilità diretta degli amministratori.

In questo quadro, il bilancio

preventivo si trasforma in un vero sistema di allerta precoce, uno strumento di tutela per il direttivo e di stabilità per l'intera struttura sportiva.

### Uno strumento che cresce con l'ente

Molti dirigenti vivono il bilancio come un fastidio burocratico. In realtà è uno strumento che evolve insieme all'organizzazione.

Vale un principio semplice: non puoi controllare ciò che non misuri. All'inizio può bastare un preventivo essenziale. Con il tempo può arricchirsi: per centri di costo, per attività sportive, per singolo impianto. Ogni livello di dettaglio in più aumenta la capacità decisionale del management sportivo.

Il preventivo aiuta a trasformare le sensazioni in numeri, le intuizioni in dati, le scelte in strategie consapevoli.

È il passaggio da una gestione "a vista" a una gestione programmata. Non serve partire perfetti: serve partire. Perché ogni ente sportivo che impara a leggere i propri numeri fa un salto di qualità, in termini di sostenibilità, credibilità e crescita.

### Conclusioni – Pianificare è prendersi cura dello sport

Consiglio del professionista – *Luca Mattonai*.

«Se dovessi riassumere il senso del bilancio preventivo in una frase direi: è il momento in cui lo sport incontra la gestione. Non serve essere grandi strutture per pianificare: basta voler governare il proprio centro invece di subirlo. Ogni ASD e SSD dovrebbe partire da qui.»

In uno scenario normativo sempre più complesso, programmare significa proteggere il lavoro degli istruttori, valorizzare il ruolo dei soci e garantire continuità al progetto sportivo. Il bilancio preventivo è l'atto con cui una società sportiva smette di improvvisare e inizia davvero a costruire futuro. ■

*Luca Dott. Mattonai*

Tributarista, titolare dello Studio Mattonai  
[luca@studiomattonai.it](mailto:luca@studiomattonai.it)  
[www.studiomattonai.it](http://www.studiomattonai.it)

WELLNESS  
HEALTH  
YOUTH

WHY® nature

# KETO CORNETTO

*"Quando il Keto  
diventa desiderio".*

LOW CARB

LOW SUGAR



PER LA TUA ATTIVITÀ  
RICHIEDI L'ESPOSITORE  
DA TERRA WHYNATURE  
CON I NUOVI  
**KETO CORNETTI  
PROTEICI**

Fai crescere il tuo business:  
richiedi ora un campione  
assaggio gratuito!  
[info@whynature.it](mailto:info@whynature.it)

CORNETTO  
PROTEICO  
VUOTO

RIPIENO  
CREMA PASTICCERA

RIPIENO  
FRUTTI DI BOSCO

RIPIENO  
CIOCCOLATO



# Il nuovo vantaggio competitivo per i professionisti della salute e della performance



## Dalla misurazione alla gestione del cliente: quando il dato diventa metodo, valore e crescita professionale

Nel panorama del fitness contemporaneo, stiamo assistendo a un mutamento di paradigma senza precedenti. Se fino a un decennio fa la competenza tecnica dell'allenatore era l'unico parametro di valutazione, oggi questa rappresenta solo la "base d'asta". Il mercato d'élite, composto da clienti sempre più informati e con capacità di spesa elevata, ha spostato l'asticella: non si cerca più solo un compagno di allenamento, ma un consulente capace di fornire una **roadmap chiara, misurabile e scientifica** verso l'obiettivo. La sfida per il Personal Trainer moderno è uscire dalla trappola del "vendere ore" per entrare nel mercato del "vendere risultati garantiti". Per farlo, è necessario uno strumento che renda l'invisibile visibile: il dato. La capacità di monitorare, analizzare e, soprattutto, saper comunicare i progressi attraverso metriche oggettive è ciò che trasforma una sessione di allenamento in un percorso di coaching di alto livello.

### Il Dato come Linguaggio della Credibilità

Il cliente alto-spendente è abituato, nel suo lavoro e nella sua vita quotidiana, a confrontarsi con report, grafici e KPI (Key Performance Indicators). Quando entra in uno studio di personal training, si aspetta la medesima professionalità. Utilizzare tecnologie all'avanguardia per la misurazione della composizione corporea, della forza esplosiva o

della mobilità articolare non serve solo al tecnico per programmare meglio il lavoro; serve al professionista per costruire **autorità percepita**.

Rendere comprensibile ogni progresso significa coinvolgere il cliente nel processo. Un cliente che comprende il "perché" dietro ogni variazione dei propri parametri è un cliente fidelizzato, disposto a investire cifre superiori alla media perché percepisce il valore tangibile di ciò che sta acquistando. Il dato, in questo senso, diventa il più potente strumento di marketing e di vendita a disposizione del PT. L'eredità di Carlo De Giorgi: 75 anni di visione e affidabilità. In un mercato che vede nascere e morire trend tecnologici ogni sei mesi, la solidità aziendale è la prima garanzia per il professionista che decide di investire nel proprio futuro. Il concept **Fitness & Beauty** non è un esperimento recente, ma il culmine di un'evoluzione storica iniziata oltre settantacinque anni fa con l'esperienza di **Carlo De Giorgi**. Nascere da una realtà che ha fatto dell'eccellenza costruttiva e della precisione tecnica la propria bandiera significa offrire al settore del fitness un approccio che deriva da settori ad alta precisione. Carlo De Giorgi nel corso della sua storia ha mantenuto intatto un principio cardine: l'attenzione ai bisogni reali del professionista. Questa eredità si traduce oggi in una capacità di analisi che va oltre la semplice fornitura. Da oltre dieci anni Fitness & Beauty rappresenta un punto di riferimento nel panorama italiano del fitness per chi desidera integrare innovazione,

formazione e visione imprenditoriale. Il nostro lavoro si fonda su un accompagnamento concreto: affianchiamo i professionisti nella progettazione degli spazi e nella definizione dei protocolli e delle tecnologie innovative **Fitness & Beauty** più idonee al loro settore e target.

## Bodyfy: la nuova frontiera della misurazione smart

Se l'eredità storica rappresenta la base di affidabilità, **Bodyfy** è lo strumento che proietta questa solidità nell'era digitale. In un contesto in cui rapidità e precisione sono diventate fondamentali, era necessario uno strumento in grado di semplificare i processi senza rinunciare all'affidabilità. Bodyfy nasce per potenziare le abilità e professionalità del PT, offrendo un sistema rivoluzionario che rende più semplice e veloce la connessione tra professionista e cliente. L'applicazione introduce una metodologia smart che elimina la complessità della raccolta dati manuale. Il processo è immediato: bastano **due fotografie** — una posteriore e una laterale — per ottenere un'analisi completa del corpo. L'acquisizione è totalmente guidata dall'app, garantendo un posizionamento corretto del soggetto e una coerenza costante tra le varie rilevazioni nel tempo. In pochi minuti, il professionista dispone di un set di dati affidabile e immediatamente utilizzabile per la programmazione.

## Il dato che emoziona: visualizzazione e fidelizzazione

La grande forza di Bodyfy risiede nella capacità di trasformare numeri complessi in immagini comprensibili. Le misurazioni vengono salvate in tempo reale nell'area personale del cliente, creando uno storico sempre a portata di mano.

- **L'Avatar 3D:** Offre un confronto visivo immediato dei progressi, permettendo al cliente di vedere il proprio corpo cambiare.

- **Analisi Biometrica:** Fornisce dati sulla massa magra, massa grassa e acqua corporea, offrendo una panoramica chiara dell'evoluzione.

- **Trasparenza e Fiducia:** Il cliente si sente seguito con una competenza superiore, vedendo oggettivamente l'impegno profuso in sala.

Questo livello di coinvolgimento visivo è il più potente strumento di **fidelizzazione**. Un cliente che "vede" graficamente i propri volumi cambiare è un cliente motivato, che rinnova i pacchetti di allenamento con convinzione perché ha la prova tangibile del valore che riceve.

## Gestione remota e scalabilità: diventare imprenditori del fitness

Oltre alla misurazione, Bodyfy è un potente motore gestionale che abilita la **scalabilità** del business. Grazie alla dashboard dedicata, i centri fitness possono coordinare i dipendenti e monitorare l'intera clientela con estrema facilità.

- **Gestione da Remoto:** Permette di offrire consulenze e check anche a distanza, superando i limiti fisici della palestra e aprendo a nuovi mercati.



- **Ottimizzazione del Tempo:** La velocità di acquisizione dati libera ore preziose per il personal trainer, che può dedicarle alla qualità dell'allenamento invece che alla compilazione di report manuali.

- **Struttura Gerarchica:** Ideale per team numerosi, dove la navigazione tra i dati deve essere intuitiva e immediata.

## La finestra sul mondo: da FIBO a Rimini Wellness

La nostra visione è alimentata da una presenza costante nei luoghi dove il futuro del fitness viene scritto. Presenziare ad appuntamenti internazionali come il **FIBO di Colonia** ci permette di agire come osservatori privilegiati delle tendenze globali.

Tuttavia, è a **Rimini Wellness** che questa visione incontra la realtà pulsante del mercato italiano. Partecipare a questi eventi ci permette di portare ai nostri partner soluzioni che non sono solo strumenti, ma acceleratori di crescita professionale, adattati e testati per rispondere alle sfide del mercato locale.

## Con Fitness & Beauty entri nel futuro del wellness

Investire oggi nel sistema Fitness & Beauty significa scegliere di lavorare meglio, risparmiare tempo e offrire un servizio d'eccellenza. La misurazione diventa un'esperienza dinamica che proietta il professionista e il suo cliente direttamente nel futuro del benessere professionale.

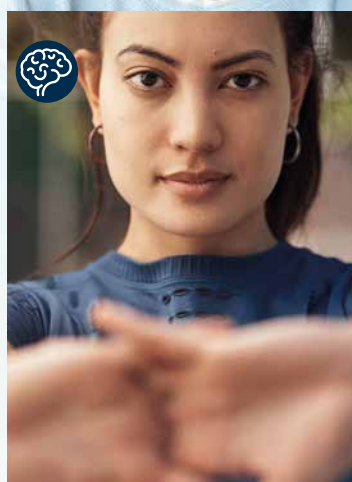


FITNESS & BEAUTY

Tel. : 02/3561543  
[info@fitnessbeauty.it](mailto:info@fitnessbeauty.it)  
[www.fitnessbeauty.it](http://www.fitnessbeauty.it)



WELLNESS  
HEALTH  
YOUTH



# OMEGA-3 MARINO



## 2 SOFTGELS: CUORE

Funzione cardiaca: EPA e DHA, se assunti alla dose giornaliera di 250 mg, contribuiscono alla normale funzione cardiaca.



## 3 SOFTGELS: CUORE, VISTA, CERVELLO\*

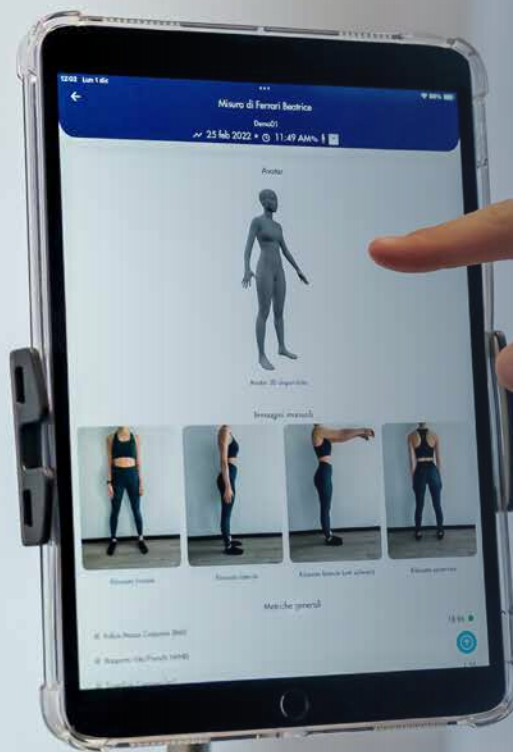
Funzione cerebrale e visiva: il DHA contribuisce al mantenimento della normale funzione cerebrale e della capacità visiva normale. Questi effetti benefici si ottengono con l'assunzione giornaliera di 250 mg di DHA.



Fai crescere il tuo business: richiedi ora informazioni sulla gamma prodotti - [info@whynature.it](mailto:info@whynature.it)

LA MISURAZIONE È LO STRUMENTO PIÙ POTENTE PER VENDERE, FIDELIZZARE E SCALARE IL TUO BUSINESS.

BodyFy: il sistema innovativo che aumenta la retention, moltiplica vendite.



### VALORE AL TUO METODO



La misurazione richiede pochi minuti, l'archiviazione è immediata, la gestione clienti diventa fluida. Il tempo risparmiato si trasforma in valore operativo.

- Raccolta dati guidata
- Eliminazione di calcoli manuali
- Più spazio per l'allenamento

### OTTIMIZZA IL TEMPO



Il dato oggettivo trasforma la tua consulenza in un servizio d'élite. Due immagini guidate generano una scheda completa:

- Avatar 3D con confronto progressi
- Report strutturati e standardizzati
- Storico sempre disponibile

### AUMENTA IL VALORE PERCEPITO



Il cliente visualizza il proprio corpo in 3D e osserva l'evoluzione nel tempo. Il dato visivo rende il percorso concreto, mentre fidelizza il cliente.

- Progressi visibili
- Maggiore consapevolezza
- Fidelizzazione rafforzata

## SCALABILITÀ

Gestione in presenza e da remoto con la stessa precisione, ampli il raggio d'azione mantenendo controllo e qualità.

## PRIVACY E SICUREZZA

Sistema digitale con anonimato opzionale e gestione sicura dei dati, nel rispetto delle esigenze professionali.

## MONITORAGGIO

Dashboard dedicata per monitorare clienti e progressi, con struttura organizzata e navigazione intuitiva.

## PROFESSIONALITÀ

La misurazione diventa parte integrante del tuo metodo, il cliente percepisce competenza, struttura e continuità.



# Il Fitness cresce ma i profitti delle palestre no. Ecco perché.

**Il low cost non ha distrutto il mercato: ha solo messo in luce un problema già presente. Se aspetti i clienti, vendi a tutti e fai i prezzi copiando i concorrenti, il problema è il modello di business e si può correggere**



## Un mercato che cambia e che non tornerà indietro

In mercati maturi come quello del Regno Unito, il segmento low cost è passato in poco più di un decennio dal 4% al 28% degli iscritti. Il dato è di UKActive, l'associazione di riferimento del settore fitness britannico. Questa è fotografia di una trasformazione strutturale che in Italia è ancora in corso e che non si fermerà. In tutta Europa grandi gruppi hanno costruito reti di centinaia di club con piani di espansione ancora attivi. Non possiamo più definirlo un fenomeno temporaneo, siamo davanti a un modello consolidato che continuerà a crescere, intercettando chiunque cerchi un accesso semplice all'attività fisica al minor costo possibile. Detto questo, vale la pena chiarire una cosa che spesso si perde nel dibattito: quello è un mercato diverso.

Le low cost vendono accesso. Macchine, spazio, orari. Il modello funziona su volumi grandi, automazione e costi operativi compressi. Non è un modello

migliore o peggiore risponde a un bisogno preciso per un pubblico preciso, e lo fa in modo efficiente. Il problema non è che quel modello esista. Il problema è che molte palestre tradizionali hanno continuato a vendere esattamente la stessa cosa: accesso, macchine, orari a un prezzo superiore, senza riuscire a spiegare in modo convincente perché quella differenza dovesse avere valore. Quando è arrivato qualcuno che lo stesso accesso lo offriva meglio e a meno, la risposta più frequente è stata abbassare i prezzi. Come se il problema fosse il prezzo.

Spoiler... Non lo è.

## In un mondo di palestre fotocopia, vince chi costa meno

Quando tutto è uguale stessi servizi, stessa comunicazione, stesso target indifferenziato l'unica variabile che resta al cliente per scegliere è il prezzo. È una semplice legge del mercato: la differenziazione si paga, la genericità si svaluta.

Molte palestre comunicano ancora oggi attrezzature, metri quadri, numero di corsi. Tutte cose che i clienti non comprano davvero.

Nessuno si sveglia la mattina pensando di aver bisogno di duecento macchinari e quaranta lezioni settimanali. Le persone comprano risultati, esperienze, soluzioni a problemi specifici che si portano dietro da anni.

Finché una palestra rimane una fotocopia delle altre stessa offerta, stesso messaggio, stesso pubblico indistinto si troverà sempre a competere sul prezzo e in quella competizione, chi ha più volumi e meno costi vince sempre, quantomeno sul breve e medio periodo.

**La risposta non è abbassare il prezzo per inseguire chi ha già vinto quella partita.** La risposta è smettere di giocare quella partita.

## Da raccoglitori a cacciatori

C'è una mentalità che ha funzionato per decenni nel fitness italiano e che oggi non funziona più: aspettare che il mercato porti clienti. Quando la domanda superava l'offerta, la concorrenza era limitata e le alternative scarse, raccogliere ciò che arrivava era sufficiente. Settembre portava iscrizioni, il passaparola faceva il resto, e si andava avanti. È la mentalità del

# BB BOOTY BUILDER®

The original hip thrust machine

**I macchinari per glutei più apprezzati al mondo.**



1 M+  
FOLLOWERS



400K+  
FOLLOWERS

200K+

MACCHINE VENDUTE  
NEL MONDO

180+

VENDUTO IN  
OLTRE 180 PAESI



DISTRIBUTORE ESCLUSIVO PER L'ITALIA  
**Master Group Italy s.r.l.**

SS.7 Appia, Km 633 - 74016 Massafra (TA)  
+(39) 339 722 4182 - +(39) 392 196 3935  
info@mastergroupitaly.com  
www.mastergroupitaly.com

VIENI A TROVARCI

**RIMINIWELLNESS**  
THE WELLNESS EXPERIENCE SHOW

DAL 28 AL 31 MAGGIO 2026  
PAD C1 STAND 195  
FIERA E RIVIERA DI RIMINI (IT)



raccogliatore: aspettare che qualcosa cadesse dall'albero. Oggi l'albero è affollato. Ci sono palestre low cost, studi di personal training, centri specializzati, app di allenamento, parchi attrezzati, contenuti gratuiti su ogni piattaforma. Il potenziale cliente ha più scelte di quante ne abbia mai avute e in questo contesto, chi aspetta perde.

Il passaggio che fa e che farà sempre più la differenza è questo: smettere di raccogliere e iniziare a cacciare. Decidere chi si vuole aiutare, costruire un'offerta specifica per quelle persone, andare a cercarle invece di aspettare che arrivino da sole. Non è un cambiamento di strumenti, è un cambiamento di mentalità.

### Scegliere dove andare

Porto un esempio concreto. Pump, piccola catena in Campania, opera in un ambiente tra i più ostili che si possano immaginare per una palestra tradizionale: una zona costellata di low cost aggressive, prezzi bassi ovunque, clienti abituati a confrontare abbonamenti come si confrontano tariffe telefoniche. Pump ha deciso di diventare un premium fitness club. Ha cambiato completamente il modello, l'esperienza, la comunicazione. Ha iniziato ad aumentare progressivamente i prezzi fino a raddoppiarli nell'arco di ventiquattro mesi. Ha scelto deliberatamente a chi rivolgersi e a chi no, rinunciando ai cacciatori di sconto e costruendo un'offerta per chi vuole qualcosa di diverso dal semplice accesso. Non è stato immediato. C'è stata una fase di incertezza e clienti persi durante la transizione. Ma lavorando sulla chiarezza dell'identità e sul valore dell'esperienza, il mercato giusto ha iniziato ad arrivare.

Il risultato è stato quello di attrarre clienti diversi, più fidelizzati, con un valore medio più alto e una propensione all'abbandono molto più bassa. Il low cost della zona non era sparito. Era diventato irrilevante.

### Il profitto non è qualcosa di cui vergognarsi

C'è un tema che nel nostro settore viene spesso trattato con imbarazzo,

quasi fosse in contraddizione con la passione per lo sport e per il benessere delle persone: il profitto. Non lo è.

Una palestra è un'azienda. E un'azienda che non genera profitto non può fare nulla di ciò che si prefigge. Non può attrarre e trattenere i collaboratori migliori. Non può investire nel miglioramento del servizio. Non può garantire ai propri clienti un'esperienza che migliori nel tempo. E non può dare al proprio fondatore la qualità di vita che merita dopo anni di lavoro e rischio.

Il profitto non è il nemico della passione è ciò che permette alla passione di sopravvivere e prosperare nel tempo.

Il problema è che molti club non sanno quanto profitto generano o se ne generano davvero. Lavorano, riempiono la sala, gestiscono il quotidiano. E poi a fine anno i conti non tornano senza capire perché. La ragione, quasi sempre, è che il prezzo è stato costruito guardando fuori i concorrenti, il mercato, le richieste dei clienti invece di partire da dentro: dai costi reali, dal margine necessario, dal valore generato per ogni persona che entra dalla porta. Tre numeri che ogni titolare dovrebbe conoscere con precisione: il punto di pareggio mensile, il margine medio per cliente attivo, il valore di un cliente nell'arco di dodici mesi. Chi li conosce prende decisioni. Chi non li conosce reagisce agli eventi.

### Specializzarsi non significa rinunciare. Significa scegliere.

Il mini market di quartiere funzionava quando non esistevano i supermercati. Quando sono arrivate le grandi catene, chi ha provato a competere sul volume e sulla convenienza ha perso. Chi ha scelto di specializzarsi diventando la gastronomia di riferimento, la bottega del biologico, il negozio di prossimità con un'identità precisa ha trovato il proprio spazio e spesso ha prosperato. Lo stesso vale per le palestre. Molti club non hanno né gli spazi né le economie di scala per competere con il modello low

cost. Eppure continuano a cercare di accontentare tutti, a fare un po' di tutto per tutti, ma esattamente come il mini market fatica e lotta per la sopravvivenza. La specializzazione può essere una risposta. Significa scegliere esattamente chi si vuole aiutare e costruire tutto offerta, comunicazione, esperienza, prezzo attorno a quelle persone. Club solo femminili, centri specializzati nel dimagrimento, strutture dedicate alla performance sportiva, club con alto supporto e accessi limitati: sono tutti esempi di modelli che hanno trovato la propria nicchia e in quella nicchia non temono nessun low cost. Chi si specializza smette di competere sul prezzo perché il cliente non sta più confrontando prezzi. Sta valutando se quella soluzione specifica è quella giusta per lui ed in questo contesto il prezzo diventa secondario.

### Il punto di partenza

Prima di rispondere al low cost con una promozione, prima di toccare il listino, prima di qualsiasi altra decisione, vale la pena rispondere con onestà a tre domande. Chi stiamo aiutando davvero, e perché quelle persone dovrebbero scegliere noi invece di qualsiasi alternativa disponibile? Qual è il margine reale che generiamo per ogni cliente attivo, calcolato sui costi veri e non sulle sensazioni? Stiamo raccogliendo quello che il mercato porta o stiamo andando attivamente a cercare le persone che vogliamo servire?

Le risposte a queste domande dicono tutto sulla salute reale di un club. E spesso dicono che il problema non era il low cost. Era il modello. Era la chiarezza o la mancanza di essa su chi si è, chi si serve e perché vale la pena pagarvi più di 29 euro al mese. Chi sa rispondere a queste domande ha già risolto il problema. Il low cost diventa un dettaglio di sfondo, non una minaccia esistenziale.

*Crea il tuo Miglior Futuro!* ■

### Emanuele Pianelli

Autore dei libri: "Da Palestra ad azienda", "Palestre di Mè!" e "Sistema Richfit"  
Rimaniamo in contatto su LinkedIn  
[www.linkedin.com/in/emanuele-pianelli](http://www.linkedin.com/in/emanuele-pianelli)  
[www.gruppovichfit.com/](http://www.gruppovichfit.com/)



# NAUTILUS®



LEVERAGE - HUMANSPOUR - INSPIRATION - BENCHES - PLATE LOADED

**CONTATTACI PER UN PREVENTIVO**

**Master Group Italy s.r.l.**

+ (39) 339 722 4182

info@mastergroupitaly.com

SS.7 Appia, Km 633 74016 Massafra (TA)



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

# Pagamenti ricorrenti e piani rateali: la svolta finanziaria per palestre e centri sportivi è già realtà



***Con Club Manager Pro, incassare in modo automatico e puntuale non è più un obiettivo: è la normalità.***

Gestire una palestra o un centro sportivo significa fare i conti, ogni giorno, con una realtà complessa: istruttori da coordinare, spazi da ottimizzare, clienti da fidelizzare. Ma c'è una variabile che, più di ogni altra, determina la salute di una struttura sportiva nel lungo periodo: il flusso di cassa. Incassare in modo puntuale, prevedibile e senza attrito è la condizione sine qua non per pianificare investimenti, assumere personale, rinnovare attrezzature. Eppure, ancora oggi, troppi gestori si trovano ad inseguire pagamenti in ritardo, a gestire solleciti imbarazzanti e a fare i conti con entrate discontinue che rendono impossibile qualsiasi proiezione finanziaria affidabile.

Xeniasoft ha deciso di affrontare questo problema alla radice. Con l'ultimo aggiornamento di Club Manager Pro, il gestionale in cloud dedicato a palestre e centri sportivi, è ora disponibile una funzionalità che cambia radicalmente il rapporto tra struttura e pagamento: i piani rateali con addebito automatico, integrati nativamente nel software

attraverso Stripe, uno dei circuiti di pagamento digitale più affidabili e diffusi al mondo.

### **Come funziona: semplicità al servizio della gestione**

Il meccanismo è pensato per essere immediato, anche per chi non ha dimestichezza con i sistemi di pagamento digitali. Direttamente dall'interfaccia di Club Manager Pro, il gestore o il receptionist può configurare un piano rateale personalizzato per ciascun abbonamento: si definisce l'importo totale, il numero di rate e il metodo di pagamento preferito dal cliente, che può scegliere tra carta di credito o conto corrente bancario tramite IBAN. Una volta configurato il piano, il sistema si occupa di tutto il resto. Stripe eseguirà gli addebiti nelle date stabilite, Club Manager Pro registrerà automaticamente i pagamenti nella scheda del cliente e aggiornerà lo stato dell'abbonamento in tempo reale. Nessun intervento

manuale, nessun rischio di dimenticanze, nessun imbarazzo nel dover ricordare al cliente che è in ritardo con il pagamento.

### I benefici finanziari: numeri concreti per una gestione più solida

L'introduzione dei pagamenti ricorrenti automatici non è una semplice comodità operativa: è una leva finanziaria con effetti misurabili sulla redditività della struttura. Il primo e più immediato vantaggio riguarda la riduzione dei mancati incassi. Molti studi di settore stimano che fino al 15-20% degli abbonamenti non venga rinnovato nei tempi previsti a causa di dimenticanze o procrastinazione da parte dei clienti. Con l'addebito automatico, questo problema scompare: il pagamento avviene nella data stabilita, indipendentemente dall'iniziativa del cliente. Il secondo vantaggio riguarda la prevedibilità del flusso di cassa. Sapere in anticipo con precisione quando e quanto si incasserà permette al gestore di pianificare le spese con serenità: pagamento dei fornitori, stipendi degli istruttori, manutenzione ordinaria e straordinaria. Una palestra con entrate stabili e prevedibili può permettersi di ragionare in una prospettiva di medio-lungo periodo, senza essere costantemente in balia dell'incertezza. C'è poi un terzo beneficio, spesso sottovalutato: l'impatto sulla retention degli iscritti. Offrire la possibilità di rateizzare un abbonamento annuale in comode rate mensili abbassa significativamente la barriera d'ingresso per molti potenziali clienti. Si tratta quindi di un modello win-win che trasforma la rateazione, da semplice agevolazione commerciale, a vera e propria strategia di crescita.

### Meno burocrazia, più tempo per fare palestra

Uno degli aspetti più apprezzati dai gestori che hanno già adottato la nuova funzionalità di Club Manager Pro è la drastica riduzione del carico amministrativo legato



alla riscossione dei pagamenti. Prima dell'automazione, il personale di front desk dedicava una parte significativa della propria giornata a verificare lo stato dei pagamenti, contattare i clienti in ritardo, emettere ricevute manualmente e aggiornare i registri. Un'attività tediosa, fonte di tensioni relazionali e di errori, che sottraeva tempo ed energie a ciò che davvero conta: accogliere i clienti, gestire le prenotazioni, curare l'esperienza in palestra.

Con il sistema di pagamenti ricorrenti integrato in Club Manager Pro, tutto questo diventa storia. Il gestionale mantiene un registro aggiornato e preciso di ogni transazione e notifica sia il gestore che il cliente in caso di addebito andato a buon fine o, nel raro caso in cui si verifici, di un problema con il pagamento. La trasparenza è totale, la tracciabilità è garantita e il risparmio di tempo si traduce direttamente in risparmio di costi operativi.

### Il futuro della gestione sportiva è già qui

La nuova funzionalità di pagamenti ricorrenti di Club Manager Pro risponde all'esigenza di digitalizzare il metodo di lavoro, portando il livello di servizio delle palestre e dei centri sportivi italiani alla pari con le aspettative dei consumatori moderni, senza complicare la vita a chi gestisce la struttura. Anzi, semplificandola enormemente. Perché quando il denaro arriva puntuale e in automatico, si può smettere di inseguire le rate e tornare a fare ciò che si ama: costruire una comunità sportiva sana, accogliente e in crescita.

**DIGITALIZZA IL TUO CENTRO SPORTIVO**

**CLUB manager PRO**

SCANSIONA IL QR-CODE

visita il sito e richiedi una DEMO GRATUITA



**XeniaSoft SRL**  
 Tel: +39 095 393205  
[info@xeniasoft.it](mailto:info@xeniasoft.it)  
[www.xeniasoft.it](http://www.xeniasoft.it)



# Nel fitness non vince chi costa meno, ma chi vale di più

**S**ono anni che si continua a combattere una guerra sbagliata: **la guerra dei prezzi!** Sconti, promo flash, abbonamenti ribassati, offerte last minute. Tutto nel disperato tentativo di "convincere" il cliente a sottoscrivere un abbonamento. Ma se siete onesti con voi stessi, sapete già che questa strategia vi sta logorando! Vi ritrovate in una spirale dove abbassate i prezzi, attirare clienti poco motivati, perdetevi marginalità e alla fine vi ritrovate a lavorare il doppio per guadagnare la metà.

**La buona notizia? Il prezzo non è il vero problema.**

La vera regola del gioco è molto semplice quanto spiazzante: **non vince chi costa meno, vince chi vale di più nella testa del cliente.** Il prezzo non è mai un numero oggettivo, è sempre un confronto mentale. Il vostro potenziale cliente non si chiede "quanto spendo?", ma "ne vale la pena?"

Se il valore percepito è basso, anche il prezzo più economico del quartiere sembrerà troppo alto.

**La presentazione non è una parte della vendita: è la vendita**

Nel mercato del Fitness, la decisione di acquistare viene presa molto prima di parlare di prezzo. Si decide nei primi trenta secondi e dipende da componenti spesso sottovalutate da parte della consulente, come la postura, la sicurezza nel parlare, il tono di voce, la chiarezza del messaggio che si vuole veicolare. Bisogna prestare particolare attenzione alla presentazione

del Servizio perché non è una componente della vendita: è la vendita. Troppo spesso incontro consulenti e venditori convinti che basti spiegare nel dettaglio quello che vendono. Parlano di macchinari, orari, corsi e titoli, ma così facendo chiedono al cliente di ragionare e analizzare. Attenzione... spiegare non convince: affatica.

Il consiglio è quello di imparare a presentare, perché fate vivere da subito un'esperienza, una serie di emozioni e fate sentire il valore ancora prima delle parole.

Nel fitness le emozioni contano dieci volte più delle informazioni tecniche. Il vostro cliente non compra ciò che gli dite. Compra ciò che riesce a immaginare: come si sentirà tra tre mesi, come cambierà il suo corpo, la sua energia mattutina, la sua sicurezza quando si guarda allo specchio, la sua vita quotidiana. Se non create queste immagini mentali nella sua testa, state solo facendo rumore.

**Vendere non è spingere: è guidare verso una scelta consapevole**

La comunicazione persuasiva nel fitness viene spesso fraintesa, e questo sta costando clienti ogni giorno. La vendita di un abbonamento non è manipolazione, non è pressione commerciale aggressiva ma deve essere una guida professionale. Chi vende spinge il cliente verso una firma, chi persuade lo accompagna verso una decisione, chi ispira lo guida verso una trasformazione e chi guida crea fiducia autentica.

**La fiducia è la vera moneta dello scambio nel mercato globale.** Senza fiducia, il cliente resta sulla difensiva e ascolta solo il prezzo

finale. Con la fiducia, è disposto a investire su sé stesso. Ed è qui che cade il mito più pericoloso del settore: nel fitness **non si vendono abbonamenti.** Si vendono risultati concreti, trasformazioni visibili, nuove identità. Il giorno in cui inizierete a ragionare in questi termini, la vostra conversione cambierà radicalmente.

**Le tre domande che separano i professionisti dai dilettanti**

Ogni consulente fitness efficace, prima ancora di aprire bocca sul servizio, deve saper rispondere con precisione chirurgica a tre domande fondamentali:

- 1. Cosa vuole davvero questa persona?** E non sto parlando di "perdere peso" o "tonificare", sto parlando del bisogno emotivo profondo dietro quella richiesta.
- 2. Perché non è ancora riuscita a ottenere il risultato da sola?** Questa domanda rivela gli ostacoli reali: mancanza di metodo, scarsa motivazione, paura del giudizio, precedenti fallimenti.
- 3. In che modo concreto la sua vita quotidiana cambierà grazie a questo percorso?** Qui bisogna essere specifici: più energia per giocare con i figli, più sicurezza in un colloquio di lavoro, meno dolori alla schiena dopo otto ore in ufficio.

Se anche solo una di queste risposte è confusa nella vostra mente, il cliente non percepirà mai il valore reale di ciò che offrite ma sentirà solo un costo da giustificare.

La vendita nasce dall'ascolto strategico, non dalla spiegazione tecnica dei vostri servizi.

# CLUB MANAGER PRO

SOFTWARE IN CLOUD PER PALESTRE, CENTRI SPORTIVI & WELLNESS BOUTIQUE

CORSI & PLANNING

CONTROLLO ACCESSI

CRM & MARKETING

PAGAMENTI RICORRENTI

KPI & STATISTICHE AVANZATE



RICEVUTE FISCALI

FATTURAZIONE ELETTRONICA

LISTINI & DOCUMENTI

RICERCHE AVANZATE

AUTOMAZIONI

“Innovativo, intelligente, facile da usare.”



E con l'App integrata gli utenti avranno il tuo Centro Sportivo a portata di

*touch!*

Disponibile su  
App Store

Disponibile su  
Google Play



Visita il sito e richiedi  
una **DEMO GRATUITA**

INFO & CONTATTI  
Telefono: +39 095 393 205  
[www.clubmanagerpro.cloud](http://www.clubmanagerpro.cloud)



Club Manager PRO  
è un prodotto

XeniaSoft  
TECH FOR GYM

## Raccontate un percorso, non un allenamento settimanale

Uno dei più grandi errori che si ripete in ogni club è vendere protocolli, schede personalizzate, numero di sessioni. Le persone non cercano un allenamento: cercano una soluzione a un problema che le tormenta. Per questo parliamo di narrazione trasformativa. È necessario costruire un percorso chiaro che parte da un problema reale e riconoscibile, passa attraverso un processo guidato passo dopo passo, e porta a un risultato tangibile e a una nuova versione di sé.

Quando raccontate un percorso strutturato, il cliente smette immediatamente di confrontarvi con la palestra accanto o con l'app di allenamento a 9,99 euro al mese. Perché non state più vendendo "ore di sudore", ma un cambiamento guidato da professionisti.

**Ogni presentazione efficace dovrebbe includere almeno un momento WOW:** una testimonianza potente, un prima/dopo che lascia senza parole, un dato concreto impressionante, una frase che fa pensare al cliente: *"Questa proposta è diversa da tutte le altre che ho sentito finora."*

## Il valore è percezione

Nel fitness il valore non è mai ciò che pensate di offrire ma sempre e solo ciò che il cliente sente di ricevere in cambio. La domanda chiave che ogni volta bisogna farsi quindi sarà: **"Percepirà che vale più di quello che spenderà?"**

Il valore percepito si costruisce solidamente su quattro pilastri insostituibili:

- **Competenza reale e visibile.** Non basta essere bravi, bisogna saperlo comunicare attraverso risultati, certificazioni, specializzazioni riconoscibili.
- **Autorevolezza professionale.** Come vi presentate, come parlate, la cura dei dettagli, la vostra presenza online e offline.
- **Metodo strutturato e riconoscibile.** Un processo chiaro che il cliente può comprendere e in cui può avere fiducia.
- **Esperienza concreta vissuta dal**

cliente. Dal primo contatto, ogni interazione deve confermare: *"Qui sono in buone mani."*

Se anche uno solo di questi elementi manca o è debole, il prezzo perde completamente senso agli occhi del cliente e diventa l'unico bersaglio della trattativa e lì avete già perso!

## Il metodo come leva di differenziazione strategica

Questo punto può cambiare il vostro business. Senza un metodo distintivo, siete confrontabili con chiunque, mentre con un metodo riconoscibile siete unici nel vostro mercato. Il metodo crea struttura mentale, sicurezza emotiva, credibilità professionale e soprattutto rende impossibile il confronto diretto con la concorrenza sul prezzo. La maggior parte dei club vende accessi, corsi collettivi, macchinari di brand famosi, strutture ultramoderne ma, chi ha un metodo proprietario vende qualcosa di esclusivo. Un modello efficace e commercialmente vincente ha sempre questi elementi.

- **Un nome chiaro e memorabile** – Che il cliente possa ricordare e raccontare ad altri.
- **Una promessa di risultato specifica** – Non generica ("stare meglio") ma concreta ("ridurre il mal di schiena cronico in 8 settimane").
- **Un processo definito in fasi** – Il cliente deve capire: prima farà questo, poi quest'altro, poi arriverà qui.
- **Prove concrete e verificabili** – Testimonianze, casi studio, dati misurabili.
- **Risultati attesi lungo il percorso** – obiettivi chiari e a step: "Dopo 2 settimane noterai questo, dopo 4 settimane quest'altro."

Quando qualcosa ha un nome e un'identità precisa, acquisisce automaticamente valore nella mente del cliente. Quando non ha identità, viene confrontato solo ed esclusivamente sul prezzo.

## Prezzo o investimento? Cambiate le parole, cambiate la percezione

Quando un vostro potenziale cliente dice "costa di più rispetto

ad altre palestre", in realtà vi sta comunicando: **"Non ho ancora capito cosa sto comprando davvero e perché dovrebbe valere questa cifra."**

Difendere il prezzo è l'errore più grande e più comune che si possa commettere. Il prezzo non si difende giustificandosi: va riempito di valore concreto e percepibile. Ogni prova sociale che portate, ogni testimonianza autentica, ogni dato reale e misurabile riduce un dubbio nella mente del cliente e rafforza la percezione di investimento intelligente. Il vostro cliente non deve mai vedere una spesa da sostenere, ma un acceleratore di risultato che gli farà risparmiare tempo, energia e frustrazioni. Cambiate il linguaggio: non parlate di "costo mensile" ma di "investimento nel proprio benessere", non di "abbonamento annuale" ma di "percorso di trasformazione guidato". Le parole che scegliete creano la realtà percepita dal cliente.

## La sfida che vi aspetta: trasformazione o estinzione

Il mercato del fitness sta cambiando sotto i vostri occhi, più velocemente di quanto molti vogliano ammettere. Chi continuerà ostinatamente a vendere corsi generici, abbonamenti anonimi e offerte mensili lotterà sempre e solo sul prezzo ed in quella guerra, alla lunga, perderà tutti!

Chi inizierà da subito a vendere esperienze memorabili, percorsi personalizzati e risultati dimostrabili costruirà valore sostenibile nel tempo.

Quando il valore che offrite è chiaro, coerente e scientificamente dimostrato... il prezzo smette definitivamente di essere un problema, diventa semplicemente il giusto riconoscimento per il livello di servizio che garantite.

La domanda che dovete farvi è:

**Noi da che parte vogliamo stare? ■**

*Massimiliano Di Rita*

Co-founder metodo MarkeFit  
Convergent Marketing Specialist  
<https://markefit.it/>

# IL FITNESS STA CAMBIANDO. LA TUA PALESTRA È PRONTA?

Il problema non è il mercato.  
È IL MODELLO DI BUSINESS.

SCANSIONA  
IL QR CODE



Accedi gratuitamente ai video del seminario di  
Alessandro Madonia dell'11 Febbraio 2026 a Bologna.

# Il “Cono d’Ombra” nel fitness italiano: perché nei prossimi 3/5 anni vincerà chi sceglie un posizionamento chiaro

Il successo del seminario che ho tenuto a Bologna durante ForumClub mi ha dato una conferma netta: oggi i titolari di palestra non cercano più “idee”, **cercano direzione**. La sala piena è stata importante, certo. Ma la vera misura del momento che stiamo vivendo è stata la qualità delle domande: meno curiosità, più urgenza; meno tattiche, più strategia. Perché molti stanno percependo ciò che, nel mercato, è già iniziato: una trasformazione strutturale che nei prossimi 3–5 anni ridisegnerà la geografia delle palestre italiane. E in questa trasformazione c’è un concetto che, se compreso in tempo, può fare la differenza tra crescita e declino: **il Cono d’Ombra**.

## La fotografia: il mercato si sta polarizzando

Per decenni il fitness italiano è stato “governato” in larga parte dalle palestre indipendenti: la palestra di quartiere, l’imprenditore locale, la struttura nata dalla passione trasformata in lavoro. Oggi, però, per la prima volta con questa intensità, stiamo vivendo un fenomeno chiaro: **la globalizzazione del settore**. Multinazionali, catene, modelli importati e replicabili stanno crescendo in modo aggressivo e capillare. In questo scenario, si stanno consolidando due direzioni opposte e molto riconoscibili:

- 1. Chi semplifica l’esperienza del cliente**
- 2. Chi enfatizza (aumenta ed estende) l’esperienza del cliente**

Il mercato, quando matura, tende a premiare i modelli chiari. E penalizza quelli confusi. È qui che nasce il Cono d’Ombra.

## Due modelli, due scelte: semplificare o enfatizzare

### 1) Semplificare l’esperienza: il modello “low friction”

Le palestre low cost e i format 24/7 hanno un tratto distintivo preciso: **tolgono complessità**. Il prezzo è una leva forte, ma non è l’unica. La vera promessa è: “ti rendiamo tutto semplice”. Arrivi e accedi in autonomia (spesso anche senza interazione umana), ti alleni quando vuoi processi veloci, standardizzati, poco “percorso”, molta libertà individuale, spesso: desk minimo o totem, cuffie, allenamento “self-service”

È un modello coerente. E quando un modello è coerente, il mercato lo capisce in pochi secondi.

### 2) Enfatizzare l’esperienza: il modello “guidato e ad alto valore”

All’estremo opposto crescono (e cresceranno) le strutture

che fanno una scelta diversa: non riducono l’esperienza, **la espandono**.

Qui l’abbonamento non è “solo accesso”, è **percorso**: servizi inclusi, test e valutazioni, monitoraggio e appuntamenti di controllo, macchine e strumenti aggiornati, cura di accoglienza, ambienti, spogliatoi, comfort, iter di allenamento guidato, community e senso di appartenenza

È un modello dove esistono figure umane e ruoli distinti: chi accoglie, chi guida, chi segue. Non per “fare scena”, ma perché la promessa è diversa: non vendi solo metri quadri e attrezzi, vendi **un’esperienza che produce risultati e relazione**.

## Il Cono d’Ombra: non è una fascia prezzo, è l’assenza di identità

Ecco il punto che voglio chiarire in modo inequivocabile: quando dico “Cono d’Ombra” non intendo “prezzo medio” o “stare nel mezzo come tariffa”. Una palestra può avere un prezzo perfettamente “medio” e funzionare benissimo.

Il Cono d’Ombra riguarda un’altra cosa: **non prendere una decisione di posizionamento**. È la zona in cui entrano le palestre che iniziano a “potare” elementi del modello ad alto valore (per risparmiare costi, semplificare la gestione, inseguire il mercato), ma senza diventare davvero un modello di semplificazione. Risultato: perdi i tratti distintivi dell’amplificazione, ma non acquisisci la forza della semplificazione. E il mercato, quando non capisce più perché esisti, fa una cosa molto semplice: **ti confronta**. E quando ti confronta, la leva più rapida diventa lo sconto.

Questa è la trappola: elimini consulenti o figure chiave, fai fare tutto a un desk unico, riduci l’accompagnamento del cliente, abbassi standard e momenti di controllo, togli appuntamenti, togli cura, togli processo. Ma continui a costare più di chi semplifica davvero. E a quel punto il cliente non percepisce più il motivo del “di più”. Entri nel Cono d’Ombra.

## L’esempio che spiega tutto: Netflix e Blockbuster

Per capire quanto questo meccanismo sia reale, basta guardare cosa è successo in altri settori.

Netflix ha **semplificato** l’esperienza del cliente: accesso immediato, scelta rapida, fruizione comoda. Blockbuster, per anni, ha pensato che il proprio modello potesse durare e ha provato ad adattarsi senza una scelta netta. È rimasta in una zona grigia: non abbastanza innovativa da

semplificare, non abbastanza diversa da offrire un'altra esperienza superiore. Risultato: è stata schiacciata. Il fitness sta vivendo dinamiche simili: quando il mercato si polarizza, le posizioni "confuse" vengono erose.

## Il contesto dei prossimi anni: più boutique, più low cost, più catene identitarie

Se guardiamo la direzione del mercato, la traiettoria è chiara: **aunderanno le boutique fitness** (format verticali, identità forte, esperienza curata), **aunderanno le low cost** e i modelli di semplificazione, **aunderanno le catene strutturate**, con una specifica identità e processi replicabili e, parallelamente, la quota delle palestre indipendenti tenderà a ridursi drasticamente. In questo scenario, il rischio non è "la concorrenza" in sé. Il rischio è **non scegliere**. Perché chi non sceglie finisce in difesa, e chi è in difesa spesso vive di promozioni, sconti, rincorsa continua e riduzione dei margini. E quando riduci i margini, riduci la qualità. E quando riduci la qualità, perdi la partita.

## La soluzione: posizionarsi con coraggio (e renderlo visibile nell'esperienza)

L'unico antidoto al Cono d'Ombra è uno: **posizionamento**. Posizionamento significa decidere: chi sei (che modello sei), per chi sei (qual è il tuo cliente ideale), perché esisti (qual è la promessa concreta), come lo dimostri (processi, ruoli, standard, servizi). E significa anche smettere di cercare scorciatoie: non puoi competere con chi semplifica copiando un pezzo del loro modello, così come non puoi competere con chi amplifica aggiungendo due servizi "a caso" senza struttura. Serve coerenza. Serve un sistema.

## La checklist minima per enfaticizzare davvero l'esperienza (ed evitare il Cono d'Ombra)

Se la scelta è quella di amplificare l'esperienza del cliente — e quindi di differenziarti dai modelli di semplificazione — ci sono elementi che non possono essere opzionali.

### 1. Separazione tra desk e consulenti (ruoli distinti).

Il desk gestisce accoglienza e urgenze. I consulenti guidano, informano, motivano, costruiscono relazione e percorso. Sono due lavori diversi, con obiettivi diversi.

### 2. Un planning minimo corsi collettivi (non per quantità, ma per identità).

Non è questione di fare "tanti corsi". È questione di creare community, appuntamenti, ritualità e un servizio percepito come valore aggiunto.

### 3. Trainer/assistenti di sala presenti e riconoscibili.

Non "presenza simbolica". Presenza che guida, corregge, sostiene, aiuta l'aderenza.

### 4. Schede incluse, guidate e monitorate.

Non "schede regalate un tanto al chilo". Schede costruite, spiegate, motivate e collegate a controlli e progressioni.

### 5. Appuntamenti e iter (primo, secondo, cambio scheda, follow-up).

Il cliente ha bisogno di step, non di un "vai e arrangiati". Gli appuntamenti organizzati e schedulati sono il vero meccanismo di fidelizzazione.

Se inizi a "sforbiciare" questi elementi per risparmiare, senza una scelta chiara di modello, stai entrando nel Cono d'Ombra. E nel Cono d'Ombra, nel medio periodo, si perde.

## Perché Palestre di Successo insiste su questo: un metodo applicato sul campo

Questi non sono concetti teorici. Sono dinamiche osservate sul mercato reale, ogni settimana, dentro palestre vere. È esattamente il lavoro che portiamo avanti con **Palestre di Successo**: aiutare i club indipendenti a fare una scelta strategica e costruire un posizionamento difendibile, attraverso un metodo applicato e testato su centinaia di palestre in Italia. Non parliamo di "fare promozioni migliori". Parliamo di: creare un'identità chiara, strutturare ruoli e processi, costruire un'esperienza coerente con la promessa, smettere di dipendere da sconti e rincorsa continua, proteggere margini e sostenibilità

### Conclusione: il mercato non perdona la confusione.

Nei prossimi anni non vincerà chi "fa di più". Vincerà chi sceglie e poi costruisce coerenza tra promessa, prezzo, esperienza e standard. Il Cono d'Ombra è pericoloso perché è invisibile finché non è troppo tardi: ci entri per piccoli tagli, piccoli compromessi, piccole rinunce. Ma quando il mercato non percepisce più il tuo valore, ti costringe a giustificarti con lo sconto. La domanda che ogni titolare dovrebbe scrivere su un foglio, oggi, è questa: "Che tipo di palestra voglio essere, e quali elementi devo rendere non negoziabili per sostenerla?"

Perché la scelta più rischiosa, nel 2026, non è stare in una fascia prezzo. La scelta più rischiosa è restare senza un posizionamento chiaro.

SCAN QUI

E ACCEDI

all'area riservata



guarda i video gratuiti!

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

# RiminiWellness 2026: vent'anni di eccellenza nel benessere

**Dal 28 al 31 maggio 2026, la Fiera di Rimini e la Riviera ospiteranno la 20<sup>a</sup> edizione di RiminiWellness, un traguardo storico per l'evento simbolo del fitness, dello sport e del benessere in Italia e a livello internazionale**



**O**rganizzata da **Italian Exhibition Group (IEG)**, la manifestazione conferma il suo ruolo di piattaforma globale per professionisti, aziende e operatori del settore, offrendo un ecosistema completo di innovazione, formazione e networking. Con il claim “Go Through”, la fiera invita i partecipanti a intraprendere un percorso di scoperta attraverso i 30 padiglioni tematici dedicati a fitness, medicina sportiva, nutrizione, fisioterapia e cosmeceutica che saranno impreziositi da workshop, conferenze e consulenze con professionisti di rilievo.

Tra le novità, i contenuti degli Industry Leaders internazionali: professionisti del fitness e del benessere riconosciuti globalmente che proporranno interventi, in lingua inglese, su innovazione nello sport, business development, wellness trends, hospitality e sostenibilità, coinvolgendo un pubblico sempre più ampio, diversificato e internazionale. Agli Industry Leaders si affiancheranno gli Industry Experts, professionisti italiani riconosciuti

per il loro contributo in vari settori merceologici, rappresentati all'interno di RiminiWellness: nutraceutica, fisioterapia, wellness tourism, benessere e cura di sé, inclusione e club management. Saranno presenti Igor Castiglia, Andrea De Beni, Valerio Barbari, Marco Rovatti, Paola Rizzitelli, Francesco ed Eugeio di “In caso di”, Simona Oberhammer e, infine, Giacomo Astrua offriranno approfondimenti pratici e accessibili, trasformando ogni incontro in un momento di confronto, ispirazione e crescita per tutta la community.

## **Workshop e panel guidano la trasformazione dei modelli di business**

Giovedì 28 maggio, si terrà “REX ROUNDTABLES - Il REX racconta: tre business model diversi per affrontare le sfide della fitness industry italiana”, un convegno che vedrà la partecipazione di Matteo Morandini di Passion Fitness Roma, Emiliano Vitali di Movida Castelfranco di Sotto Pisa, e Massimo Iermani e Pasquale Balbi della catena Pump Napoli e Caserta, pronti a

condividere strategie concrete e approcci differenti per affrontare le sfide sempre più complesse del settore fitness italiano. Nella Fitness Innovation Area sono previsti momenti formativi di alto livello, tra cui il workshop “How gyms can unlock new revenue streams by understanding real user needs” in programma venerdì 29 maggio, condotto da Natalia Karbasova, Industry Leader. L'incontro propone un approccio interattivo per guidare gli operatori di palestre nella revisione dei propri modelli di business, analizzando i bisogni più profondi degli utenti e trasformando queste intuizioni in concrete opportunità di monetizzazione. I partecipanti avranno l'occasione di confrontarsi con innovatori internazionali come Jörg Fockenberg, VP Strategy, Expansion & Franchise di RSG Group, Emma Barry, CEO di Trouble Global, Jürgen Mehrtens, CEO di Years, Naomie Martín, Co-Founder di Mio Clubs, Jörn Watzke, Senior Director di Garmin Health e Garmin, e Anton Marchanka, CEO di Zing Coach. Nel pomeriggio, il

# SMETTI DI COMPETERE SUL PREZZO.

## SCOPRI IL METODO COMPACT 2026

- ✓ AUMENTA LA MEDIA CONTRATTO
- ✓ TRATTIENI CLIENTI PIÙ A LUNGO
- ✓ ESCI DALLA GUERRA DEI PREZZI

SCANSIONA  
IL QR CODE

Accedi gratuitamente al  
video del seminario di  
Alessandro Madonia dell'11  
Febbraio 2026 a Bologna.



talk “Human First, Tech Forward: AI’s Role in the Future of Fitness & Health Coaching”, a cura di Kathleen Ferguson, Industry Leader, e Igor Castiglia, Industry Expert, approfondirà il ruolo crescente dell’intelligenza artificiale nella trasformazione delle attività di coaching. La giornata si concluderà con “REX World Fitness Panel: idee, innovazioni e visioni dei CEO delle catene fitness più innovative e prestigiose di Arabia Saudita, Irlanda e Polonia” condotto da Fausto di Giulio, offrendo un confronto internazionale arricchito dal panorama dello sviluppo del fitness italiano.

### Global Fitness Leaders Meeting rafforza la collaborazione internazionale nel settore

Global Fitness Leaders Meeting, l’appuntamento internazionale che riunisce rappresentanti di enti di registrazione professionale e decision maker del settore fitness provenienti da oltre 20 paesi. L’evento, atteso sabato 30, co-organizzato da REPs Polska ed Poland Active con il supporto del team di RiminiWellness, offre una piattaforma strategica per lo scambio di conoscenze su sistemi di formazione, registrazione professionale e standard globali, con l’obiettivo di favorire la mobilità dei trainer e la collaborazione transnazionale. Previste adesioni a livello globale come Stati Uniti, Nuova Zelanda, Brasile, Repubblica Ceca, Egitto, Malta, Olanda, Oman, Regno Unito, Ucraina, Emirati Arabi Uniti, India, Italia e Polonia. I partecipanti potranno intervenire

in presenza o collegarsi via Zoom; l’incontro mira a consolidare network professionali, generare partnership e supportare lo sviluppo di un settore fitness etico, sostenibile e connesso a livello globale.

### Health Arena guida l’eccellenza tra sport, scienza e innovazione clinica

Tra i sei pilastri della manifestazione, l’area Health conferma il suo ruolo strategico, rafforzando la centralità della medicina sportiva come punto di eccellenza nell’integrazione tra sport e scienza. L’area rappresenta un’opportunità mirata per accrescere competenze professionali, aggiornarsi sulle innovazioni del settore e confrontarsi con un pubblico qualificato di specialisti attraverso percorsi di alta formazione e workshop dedicati a fisioterapisti, osteopati e medici dello sport. Particolare rilievo assume il ritorno del Movement & Therapy Summit, organizzato da Marco Rovatti, pensato per collegare ambito clinico e preparazione atletica attraverso un linguaggio condiviso nella gestione del movimento umano. Per la prima volta in Italia interverranno esperti di rilevanza internazionale nella valutazione funzionale, tra cui Gray Cook, fondatore del protocollo FMS (Functional Movement System) e co-ideatore, insieme a Lee Burton, di SFMA (Selective Functional Movement Assessment). L’iniziativa è realizzata in collaborazione con Daniele Barbieri, responsabile per l’Italia di Functional Movement System Inc. All’interno dell’area, spazio a Project Invictus e ai contenuti di FizioScience, community

di riferimento nella fisioterapia e riabilitazione, con Valerio Barbari protagonista di sessioni dedicate a speech e approfondimenti specialistici sui temi più rilevanti della riabilitazione moderna. L’obiettivo è offrire contenuti clinici aggiornati, concreti e immediatamente applicabili nella pratica professionale quotidiana. Infine, grazie alla collaborazione con Obiettivo Performance, si terrà il Velocity Based Training Summit, con la partecipazione di Antonio Squillante, volto a fornire strumenti pratici per ottimizzare la programmazione e il monitoraggio della performance atletica.

### Sfide ai massimi livelli: tornano HYROX e Italian Showdown

Il mondo del fitness si prepara a vivere due appuntamenti di adrenalina pura con il ritorno degli eventi di riferimento per gli appassionati: Italian Showdown e HYROX. Italian Showdown, giunto alla sua 11esima edizione, continua a consolidarsi come il principale evento italiano dedicato alla community CrossFit con un format ancora più inclusivo e innovativo: oltre alle classiche divisioni Beginner, Intermediate e Rx per gli atleti individuali, debutta la nuovissima divisione Double per team di due atleti che si alternano strategicamente nelle prove. Questo ampliamento del format permette a principianti, intermedi e veterani di misurarsi in un campo di gara internazionale senza qualifiche online, senza tagli e con divisioni di età fino a oltre 60 anni, rendendo ogni sfida una celebrazione della forza, della tecnica e della determinazione personale. Accanto a questa grande festa della community fitness, HYROX ritorna per la quarta volta a Rimini offrendo un’esperienza emozionante che va oltre la classica gara: otto prove funzionali intervallate da ripetute corse da 1 km, in un mix unico di resistenza, potenza e strategia atletica. L’ultimo weekend di maggio sarà caratterizzato da 4 giorni di gara intensi, pronti a testare la resistenza di migliaia di atleti. ■



# GATEAPP AUTOMATIZZA IL TESSERAMENTO

SOFTWARE GESTIONALE CLOUD PER PALESTRE, PISCINE E CENTRI FITNESS



GateApp  
www.gateapp.net



GESTIONALE UTENTI  
E CONTROLLO ACCESSI

GENERAZIONE DOCUMENTI,  
FIRMA DIGITALE E ALLEGATI

AUTOMATIZZAZIONE TESSERAMENTO  
UTENTE IN TEMPO REALE **NEW!**

NOTIFICHE AUTOMATICHE E  
MESSAGGI WA - EMAIL - SMS - PUSH

PIANO VASCA AVANZATO  
E REPORT ORE DI PRESENZA

PAGAMENTI CON CARTA DI  
CREDITO, SINGOLI E RICORRENTI

RICEVUTA ELETTRONICA,  
SCONTRINO DIGITALE VIA EMAIL **NEW!**

PLANNING PRENOTAZIONI  
BOOKING DA APP & WEB

SOLUZIONE TRAINING  
PER ISTRUTTORI E UTENTI

“Moderno, Semplice Ed Avanzato”

**NOVITÀ!**

## AUTOMATIZZA IL TESSERAMENTO UTENTI IN TEMPO REALE

- Tesseramento in tempo reale con l'ente di riferimento e assegnazione immediata del numero di tessera.
- Verifica automatica dei requisiti obbligatori in fase di iscrizione.
- Configurazione dei vincoli per ciascuna attività (Es. Attività istituzionali con certificato medico e tesseramento)

Sempre più  
Enti e Federazioni  
riconosciute da CONI integrati  
con GateApp.



INFO & CONTATTI  
Tel. +39.02.457.138.56  
www.zse.it  
www.gateapp.net



MORE INFO

contattaci per una  
**DEMO GRATUITA**  
gateapp@zse.it

# Automatizzare il Tesseramento Sportivo con GateApp: efficienza, sicurezza e conformità per ASD e SSD



Il Tesseramento Sportivo rappresenta uno degli adempimenti più delicati nella gestione di una ASD o SSD, in particolare per palestre e piscine. Non si tratta di una semplice formalità amministrativa: il tesseramento certifica che l'utente svolge un'Attività Sportiva Istituzionale tramite un'associazione riconosciuta dal Comitato Olimpico Nazionale Italiano, condizione essenziale per poter beneficiare delle agevolazioni fiscali previste dalla normativa vigente, tra cui l'esenzione IVA. Al contrario, le attività classificate come "Non Istituzionali" rientrano nell'ambito commerciale e sono quindi soggette ad IVA. Questo significa che, al momento dell'incasso di un abbonamento, il Tesseramento Sportivo dell'utente deve essere già attivo. In assenza di un tesseramento valido, l'associazione non può applicare legittimamente l'esenzione, con conseguenti rischi fiscali e sanzionatori.

## I limiti della gestione manuale

Molte realtà sportive gestiscono ancora il tesseramento attraverso procedure manuali: elenchi compilati a posteriori, spesso a fine mese, nominativi raccolti su fogli di calcolo, richieste di tessere annotate manualmente. Questi processi, oltre a richiedere tempo e risorse, espongono l'associazione a rischi significativi:

- ritardi nell'attivazione delle tessere;
- errori o omissioni nei dati;

- disallineamenti tra incassi e tesseramenti;
- potenziali contestazioni fiscali.

In un contesto normativo sempre più attento alla tracciabilità e alla correttezza degli adempimenti, affidarsi a procedure poco strutturate può diventare un fattore di vulnerabilità per la struttura sportiva.

## La soluzione automatizzata di GateApp

GateApp è un gestionale specifico per palestre e piscine, progettato per automatizzare l'intero processo di Tesseramento Sportivo, integrandolo direttamente nel flusso di vendita e gestione degli abbonamenti.

Il sistema consente di:

### Configurare i vincoli per ciascuna attività

Ogni corso o servizio può essere impostato come attività istituzionale o non istituzionale, con requisiti specifici (ad esempio certificato medico obbligatorio e tesseramento attivo).

### Verificare automaticamente i requisiti al momento della vendita

Al momento dell'emissione dell'abbonamento, il software controlla in tempo reale la presenza dei requisiti necessari, bloccando l'operazione in caso di anomalie.

### Attivare il tesseramento in tempo reale

L'integrazione con l'ente di riferimento permette di effettuare il tesseramento contestualmente alla vendita, con assegnazione immediata del numero di tessera. In questo modo, al momento dell'incasso, la posizione dell'utente risulta già regolare.

## Efficienza e conformità con GateApp Sport Cloud

GateApp Sport Cloud rappresenta l'evoluzione moderna di un software gestionale nato nel 1994 e sviluppato per rispondere alle esigenze concrete delle strutture sportive.

Grazie all'automazione dei processi, il gestionale:

- riduce drasticamente il rischio di errori amministrativi;
- garantisce coerenza tra incassi e tesseramenti;
- assicura il rispetto delle normative fiscali;
- tutela l'associazione da possibili sanzioni.

L'operatore non deve più preoccuparsi di verifiche manuali o controlli successivi: il sistema guida ogni fase, trasformando un adempimento complesso in un processo fluido e strutturato.

## Un obbligo che diventa un vantaggio

Una gestione corretta e tempestiva del Tesseramento Sportivo non è soltanto un requisito formale, ma un elemento strategico per garantire:

- regolarità fiscale;
- trasparenza amministrativa;
- sostenibilità operativa;
- tutela dell'associazione e dei suoi dirigenti.



Affidarsi a una soluzione automatizzata come GateApp significa eliminare le inefficienze dei processi manuali, ridurre i rischi e operare con la serenità di essere sempre conformi alla normativa vigente.

In un settore in cui precisione e tempestività fanno la differenza, la tecnologia non è più un optional, ma uno strumento indispensabile per trasformare un obbligo amministrativo in un reale vantaggio competitivo.



**GateApp rappresenta oggi uno strumento fondamentale, un Software Gestionale moderno, completamente Cloud, semplice e immediato, che integra tutte le funzionalità per Amministrare in modo efficiente il tuo centro Sportivo.**



**Dai una Svolta al Tuo CLUB!**  
Chiamaci per una DEMO  
o per maggiori info  
[www.GateApp.net](http://www.GateApp.net)  
[ZSE.IT](http://ZSE.IT)

**ZSE SRL – VIA MARIO IDIOMI 10/0  
20057 ASSAGO (MI) ITALY  
TEL.+39.02.457.138.56 / +39.02.457.138.58**

# Rigenerazione e Innovazione: la doppia anima del Fitness Studio S.r.l. di Tony Fumagalli



**Intervista a Tony Fumagalli,  
CEO di Fitness Studio: rigenerato  
Technogym, sostenibilità  
e crescita della linea  
Crossbowline made in Italy**

## **Come nasce Fitness Studio e qual è la vostra identità oggi?**

Fitness Studio nasce nel 2000 a San Vito al Tagliamento, in provincia di Pordenone, per soddisfare le esigenze dei nostri clienti alla ricerca di qualità e prodotti ricondizionati **Technogym** ai prezzi più convenienti. Da diversi anni produciamo la nostra linea di attrezzi a marchio **Crossbowline**, oltre a garantire **assistenza** e **ricambi** in tutta Italia.

Grazie a un team affiatato e a una rete capillare di agenti in tutto il territorio nazionale, siamo sempre al fianco dei nostri clienti: dalla scelta dell'attrezzo al supporto post-vendita.

## **Siete specializzati nel rigenerato degli attrezzi Technogym. Spiegaci perché il "rigenerato" non deve essere confuso con il semplice "usato".**

L'usato è una macchina che viene spostata da una palestra all'altra, così com'è. Il nostro rigenerato, invece, segue vari processi: l'attrezzo viene smontato completamente, il telaio viene sabbato e riverniciato, i cuscinetti e le parti soggette ad usura vengono sostituiti con ricambi nuovi e l'elettronica viene aggiornata e testata. **Il risultato è un attrezzo performante come nuovo.**



## Qual è lo scopo principale della vostra attività?

Rendere accessibile a tutti la qualità degli attrezzi Technogym e salvaguardare l'ambiente attraverso i nostri prodotti ricondizionati. Offriamo ai gestori di centri fitness una soluzione intelligente: macchinari professionali performanti come nuovi a costi inferiori e promuoviamo un consumo sostenibile nel settore del fitness.

## Come garantite l'affidabilità di un attrezzo rigenerato ai vostri clienti, specialmente per chi gestisce club ad alto traffico?

Per noi l'affidabilità non termina al momento della consegna. Offriamo un servizio di assistenza post-vendita rapido ed efficace, garantito per 12 mesi, con interventi entro 72 ore. In questo modo assicuriamo continuità operativa e massima tranquillità anche nei club ad alto traffico. Sappiamo bene che in palestra una macchina ferma non è solo un disagio, ma un vero danno economico e di immagine.

## Oltre alla rigenerazione, avete lanciato il vostro marchio **Crossbowline**. Cosa lo distingue nel mercato delle attrezzature fitness?

La **linea Crossbowline** nasce dalla nostra esperienza sul campo e dal desiderio di unire funzionalità all'eleganza ed eccellenza del design *made in Italy*. È una linea da noi prodotta, pensata per chi cerca robustezza estrema, biomeccanica impeccabile ed estetica in armonia con lo stile e il carattere degli spazi più curati.

Il cuore della linea è la **Multifunzione Crossbowline**, un attrezzo con pacco pesi gommato insonorizzato ed estremamente versatile, che permette di eseguire oltre



25 esercizi, rendendo possibile svolgere un allenamento completo con un solo macchinario. È la scelta ideale per strutture con spazi limitati e per chi desidera una palestra completa a casa.

Il suo design intelligente consente di passare rapidamente da un esercizio all'altro, selezionando il carico desiderato in modo semplice e intuitivo, senza interrompere il ritmo dell'allenamento. Il tutto garantendo massimi livelli di sicurezza, comfort ed efficacia in ogni fase della sessione.

## Quali sono le sfide che un'azienda italiana come la vostra deve affrontare oggi nel mercato delle attrezzature?

La sfida più grande per noi è far comprendere davvero il valore di attrezzi di qualità rispetto al "nuovo economico" che arriva dall'estero. Ci confrontiamo ogni giorno con prodotti importati, soprattutto Made in China, e spesso le scelte si basano esclusivamente sul prezzo iniziale, senza considerare aspetti fondamentali come durata, affidabilità, sicurezza e prestazioni nel lungo periodo. Vogliamo far capire che investire in prodotti *Made in Italy*, sia nuovi che ricondizionati, significa fare una scelta che porta benefici concreti nel tempo. I nostri prodotti sono progettati per garantire affidabilità e prestazioni costanti, riducendo i costi nascosti legati a guasti, fermi macchina e sostituzioni frequenti.

## Quali sono i prossimi obiettivi per Fitness Studio e come vedete l'evoluzione del vostro servizio nel prossimo futuro?

Attualmente l'azienda si estende su una superficie di 10.000 m<sup>2</sup> e comprende due ampi showroom separati: uno dedicato ai prodotti della nostra linea Crossbowline e uno al nostro ricondizionato Technogym, mentre nei magazzini abbiamo più di 6.000 macchine a disposizione.

L'obiettivo per il futuro è ampliare ulteriormente la linea Crossbowline, in modo da creare palestre complete dotate esclusivamente dei nostri prodotti, al 100% km zero. Puntiamo a crescere continuando a rimanere fedeli a valori fondamentali, che sono: qualità, onestà e passione.

**FITNESS**  
**STUDIO.it**  
di Tony Fumagalli

**CROSSBOW LINE**.com

Fitness Studio srl di Tony Fumagalli  
[www.fitnessstudio.it](http://www.fitnessstudio.it)  
[info@fitnessstudio.it](mailto:info@fitnessstudio.it)  
Tel. 338 6525777

# Le 7 cose che ogni tour da invito vuole trovare per decidere subito di cambiare

**Un tour da invito arriva già “convinto” da chi lo ha invitato: non vuole solo provare, ma essere guidato a scegliere il cambiamento**

**Q**uando una persona entra in palestra con un invito in mano ha delle aspettative precise ed è già stata educata prima del colloquio. Educata, non dalla palestra stessa, ma dalla persona che lo ha invitato: qualcuno vicino che si allena già, che ha raccontato la propria esperienza, i benefici ottenuti, il clima che ha trovato, il modo in cui si è sentito seguito. Chi riceve un invito ha ascoltato un vero e proprio racconto di cambiamento, ha visto risultati reali su una persona che conosce e di cui si fida. Questo evidenzia un fatto molto semplice ma spesso ignorato: sul piano emotivo e relazionale **la prima vendita è già avvenuta**. Il tour da invito non entra per curiosità, ma perché qualcuno gli ha mostrato una possibilità concreta di stare meglio.

Arriva in palestra con una fiducia già accesa ma fragile: se non viene riconosciuta e sviluppata si spegne.

**Il grande equivoco: pensare che il tour da invito debba “provare”**

Purtroppo, per tradizione, esiste il presupposto e la convinzione che l'invito debba prima “provare” e che, per questo, non si iscriverà mai prima di essersi allenato. In realtà, il tour da invito è **più vicino alla decisione** di quanto lo sia un tour



spontaneo proprio perché ha già affrontato una parte del percorso mentale ed emotivo prima ancora di entrare in palestra. Quello che gli manca non è provare ma **prendere una decisione consapevole** su qualcosa che rimanda da tempo. Il tour non gli serve per testare il servizio, ma per essere aiutato a scegliere se continuare a rimandare o iniziare davvero a cambiare. Ed è per questo che durante il colloquio vuole trovare (non provare) alcune cose molto precise che gli facciano prendere la giusta decisione. Ne elenco alcune per dare indicazioni strategiche sul processo di vendita da adottare e per capire come l'approccio tradizionale con presupposti sbagliati, determini sempre un *miss*.

**1. Trovare qualcuno che sappia ascoltare davvero le sue aspettative specifiche**

Un tour da invito non arriva con richieste confuse ma con delle **aspettative ancora generiche**. Le parole dimagrire, tonificare, stare meglio, recuperare energia, non

sono il suo obiettivo finale ma solo il modo più semplice per iniziare a raccontarsi. Il tour non vuole trovare qualcuno che si fermi in superficie, ma qualcuno che sappia approfondire ed andare oltre un obiettivo generico. Cosa significa dimagrire per lui? Cosa cambierebbe nella sua vita se quella condizione fosse risolta? Da quanto tempo convive con questo problema? Con quale frequenza lo avverte? Cosa ha già provato? La strategia di vendita deve essere quella di ascoltare le aspettative, andare oltre le informazioni generiche e trasformarle in **esigenze specifiche e personali**. Saranno queste il motivo per cui dovrà investire tempo per cambiare le sue abitudini. È il valore del tempo per sé che acquisterà non quello per la palestra.

**2. Trovare qualcuno che lo renda consapevole della sua condizione reale**

Ogni tour da invito arriva in palestra con una percezione parziale della

**FITNESS**<sup>®</sup>  
**STUDIO.it**  
di Tony Fumagalli



# ATTREZZI **TECHNOGYM** DA NOI RIGENERATI

QUALITÀ E RISPARMIO GARANTITO

## VISITA I NOSTRI SHOWROOM\*

**08:00 - 17:30 LUN-VEN**

**08:00 - 12:00 SAB**

\*su appuntamento

Fitness Studio di Tony Fumagalli srl  
Via Casabianca 5, 33078 San Vito al  
Tagliamento (PN)  
Cell. [3386525777](tel:3386525777) | Tel. [0434857012](tel:0434857012)  
[www.fitnessstudio.it](http://www.fitnessstudio.it)



propria situazione.

Sa che qualcosa non va, ma non ha mai messo davvero a fuoco quanto questo incide sulla sua vita.

Il venditore per essere efficace non deve rassicurarlo o minimizzare la sua condizione, ma deve aiutarlo a diventare consapevole:

- Dei disagi che vive ogni giorno.
- Del tempo che ha già perso.
- Delle conseguenze del continuare a rimandare.
- Questo non è un atto di pressione, ma di chiarezza.
- Chi non è consapevole della propria condizione non può decidere di cambiarla.

### 3. Trovare qualcuno che lo aiuti a scegliere un cambiamento, non semplicemente un allenamento

Un tour da invito non entra in palestra per “allenarsi”, ma perché sente il bisogno di iniziare un cambiamento. La differenza è enorme: allenarsi è un’azione, cambiare è una decisione. La strategia di vendita sarà quella di spostare il suo focus da: “inizio ad allenarmi” a “inizio a cambiare la mia situazione”. Quando questo passaggio non viene fatto la persona potrebbe anche frequentare, ma non si impegnerà davvero. Quando invece viene aiutato a scegliere il cambiamento, l’allenamento diventa uno strumento per raggiungere un risultato importante.

E solo in questo caso sarà portato verso una continuità.

### 4. Trovare qualcuno che lo responsabilizzi al cambiamento

Responsabilizzare significa portare la persona a dire: “questa situazione dipende da me e scelgo di cambiarla”. Molte vendite falliscono perché si cerca di rendere tutto facile e senza impegno: “puoi fare qualsiasi attività anche tutti i giorni” senza sfidare la persona a prendersi la responsabilità con sé stessa a fare il primo passo.

Pensando di essere educati si diventa solo poco autorevoli e

complici dell’ennesimo rimando.

La responsabilità non deve essere imposta, ma costruita attraverso le domande giuste:

- “Come pensi di risolvere tutte queste esigenze così importanti per te?”
- “Come ti sentirai tra 2 anni se non fai qualcosa per te?”
- “Da chi dipende?”

Solo quando risponderà con onestà sceglierà la strada giusta che lo porterà a prendere una decisione consapevole e forte.

### 5. Trovare una soluzione definitiva anche se parte da una difficile condizione iniziale

Un altro errore frequente che fanno i venditori è quello di proporre soluzioni generiche o temporanee senza permettere alla persona di avere una visione chiara del suo futuro. Le persone vogliono capire fin da subito se **esiste una soluzione definitiva al loro problema**.

Che non significa partire immediatamente con un servizio full per tutta la vita ma sapere esattamente dove si vuole arrivare. Solo questo permette di dare un valore reale ad ogni momento passato in palestra. La strategia da usare sarà quella di rendere chiara la soluzione definitiva nella testa del venditore e del cliente per poi scegliere insieme **la condizione iniziale migliore per partire**.

Una condizione sostenibile, credibile e che soprattutto permetta di vedere i primi risultati reali. Questo rende la scelta possibile e meno spaventosa.

### 6. Trovare una scommessa da vincere

La scommessa è il cuore della decisione. È ciò che trasforma un desiderio in una scelta concreta.

Il tour da invito vuole sapere:

- cosa deve cambiare
- come può verificarlo
- quali segnali gli diranno che ha fatto la scelta giusta.

Gli elementi di questa scommessa scaturiscono durante il colloquio, ma soprattutto dopo che il cliente ha deciso per una soluzione iniziale

diversa da quella definitiva.

Bisogna condividere gli elementi che gli permetteranno di capire la bontà della scelta effettuata per decidere di continuare ad allenarsi nel tempo. In questo caso lui si impegna ad iniziare e noi a guidarlo verso risultati verificabili. Senza scommessa, l’esperienza resta vaga. E ciò che è vago non viene portato avanti nel tempo.

### 7. Trovare conferma della scelta fatta non solo finalizzare l’iscrizione

A questo punto il tour da invito non ha bisogno di firmare, ma di avere conferma di aver fatto la scelta giusta. La scommessa, i primi risultati, le prime sensazioni positive servono a questo: a rinforzare la decisione presa. Quando la persona percepisce coerenza tra:

- ciò che aveva immaginato
- ciò che sta vivendo
- ciò che sta migliorando.

La scelta viene confermata e portata avanti **per il tempo necessario a raggiungere la soluzione definitiva**.

Ed è qui che il cliente smette di essere un iscritto che prova e diventa una persona che ha deciso di cambiare.

Un tour da invito non va gestito come un tour spontaneo perché arriva già educato, predisposto e vicino alla decisione.

Se lo fate “provare” lo riportate indietro nel suo processo decisionale.

Se invece lo aiutate a scegliere lo spingete in avanti verso la soluzione alle sue esigenze.

A questo deve servire un sistema di vendita relazionale efficace:

- ascoltare aspettative specifiche,
- creare consapevolezza,
- responsabilizzare al cambiamento,
- definire una scommessa chiara
- confermare la scelta nel tempo.

Quando questo accade l’iscrizione immediata è una conseguenza naturale. ■

# AFFARI DI UN CERTO PESO.



**Business Fit Consulting** è la prima realtà in Italia specializzata nella compravendita di palestre e centri fitness. Mettiamo in contatto venditori e investitori, guidando ogni operazione dall'inizio fino alla firma finale.



Visita il nostro sito e scrivici per maggiori informazioni:

[info@businessfit.it](mailto:info@businessfit.it)  
[www.businessfit.it](http://www.businessfit.it)

**BUSINESS FIT  
CONSULTING**



# BUSINESS FIT CONSULTING

## un anno di successi nella compravendita di palestre

**Analisi e prospettive del settore fitness nel primo bilancio di Marco e Chiara Biffi**



**A un anno dalla nascita di Business Fit, che fotografia emerge dal mondo del fitness italiano?**

Dopo dodici mesi di analisi sul campo, da Nord a Sud, confermiamo l'ottimo stato di salute del settore. Tuttavia, emerge una necessità chiara: per continuare a crescere, gli operatori devono evolvere. Le palestre e i centri sportivi sono a tutti gli effetti delle **aziende**. La gestione moderna richiede che il buon

andamento passi necessariamente attraverso il **controllo rigoroso dei numeri**; solo con basi solide la qualità del servizio può generare profitto.

**Siete partiti con un servizio pionieristico in Italia: la consulenza specifica per la compravendita di centri sportivi. Com'è stata l'accoglienza?**

L'interesse è stato immediato. Oltre

alle richieste di valutazione per la messa in vendita, abbiamo stretto collaborazioni strategiche con consulenti e aziende del settore. Molti di loro avevano nei propri database clienti intenzionati a vendere e hanno trovato in noi il partner ideale per concretizzare queste opportunità.

Un nostro punto di forza distintivo? Viviamo le stesse sfide dei nostri clienti: siamo proprietari di **5 palestre** tra Milano, Roma e Catania. Questa esperienza diretta ci permette di parlare la stessa lingua dell'imprenditore e di conoscere profondamente le dinamiche del mercato nazionale.

**Chi sono i vostri acquirenti e come si è evoluto il rapporto con i player del settore?**

Grazie a un background di 15 anni come socio e responsabile sviluppo in **Fit Express** (con oltre 60 aperture), ho mantenuto rapporti di profonda stima con quelli che un tempo erano i miei competitor. Oggi, molti di questi grandi imprenditori sono i nostri principali acquirenti. Vedere le porte dei loro "quartieri generali" aprirsi con rispetto e fiducia è stata una delle soddisfazioni più grandi di questo primo anno.

**Come si sono svolte le trattative concluse finora?**

Il nostro ruolo è quello di mediatori: accompagniamo venditore e acquirente verso un accordo equilibrato che soddisfi entrambi. Curiosamente, la maggior parte delle cessioni non riguarda attività in crisi, ma è legata al **passaggio generazionale**. Molti titolari, dopo 20 anni di successi, scelgono di monetizzare i sacrifici di una vita, non avendo eredi o la forza di affrontare nuovi cicli

Foto: Agenzia MeravigliLab

di investimento. Circa il 30% dei casi riguarda invece realtà che necessitano di un rilancio strutturale e strategico per restare competitive.

## Gestire attività in crisi o con criticità nascoste è complesso. Come affrontate i casi più difficili?

È un campo minato dove la trasparenza è tutto. Ci è capitato di scoprire, in fase di due diligence, debiti erariali importanti o immobili ipotecati non dichiarati inizialmente. In questi casi, la nostra forza risiede nel **team di professionisti** che ci affianca: grazie a competenze legali e fiscali specifiche, siamo riusciti a risolvere situazioni critiche e a portare a termine passaggi di proprietà che sembravano impossibili.

## Cosa vi ha insegnato questa esperienza sul campo?

Ci ha spinto a creare un servizio di reportistica gestionale avanzata. Collaboriamo con esperti per offrire pacchetti che vanno dalla "fotografia" istantanea dell'azienda fino all'affiancamento annuale. L'obiettivo è insegnare all'imprenditore a interpretare i numeri della propria attività per decidere con consapevolezza.

## Perché oggi il monitoraggio dei dati è vitale per una palestra?

Non è burocrazia, è una **bussola strategica**. Un Report Gestionale permette di misurare la reale marginalità, identificare sprechi nei costi e pianificare investimenti sicuri. Trasforma la gestione "a sensazione" in una gestione basata sull'evidenza. È come il cruscotto di un aereo: passare da un utile di 4.000€ a una previsione di 41.000€ per il 2026 non è fortuna, è il risultato di azioni mirate basate sui dati (vedi tabelle in alto).

## Iniziative recenti e prossimi appuntamenti?

È stato un onore essere invitato al **ForumClub di Bologna** per un workshop con Andrea Pambianchi (Presidente CIWAS). Abbiamo analizzato la crescita record del

fitness in Italia, che oggi conta più praticanti attivi dei tesserati della Federcalcio. Seguiamo da vicino l'espansione del modello Low Cost e saremo presenti al **Rimini Wellness** a fine maggio, con nuovi contenuti economici e strategici.

## Il vostro sito web sta diventando un punto di riferimento per il settore...

Sì, Business Fit non è solo una vetrina, ma un hub di informazioni sulle acquisizioni dei grandi gruppi e l'ingresso dei fondi di investimento. La sezione più letta è la **classifica dei principali player italiani**, che abbiamo recentemente arricchito con i volti degli imprenditori che stanno cambiando il mercato. A fine maggio aggiorneremo il ranking separando i segmenti *Low Cost* e *Medium/Premium*, per offrire un'analisi ancora più dettagliata e omogenea del settore.

*"Stai pensando di vendere o vuoi semplicemente capire quanto vale oggi la tua azienda? Contattaci per una valutazione preliminare riservata."*

## Perché affidarsi a Business Fit?

• **Esperienza diretta:** non siamo solo consulenti, siamo titolari di 5



	2023	2024	2025	BDG 2026
<b>FATTURATO (RICAVI)</b>	655.103 €	681.678 €	698.557 €	708.560 €
MATERIE PRIME, SUSSIDIARIE e DI CONSUMO	23.111 €	18.154 €	15.225 €	15.400 €
COSTI PER SERVIZI	238.163 €	219.784 €	208.814 €	209.568 €
COSTI PER GODIMENTO DI BENI DI TERZI	236.024 €	153.511 €	159.074 €	159.600 €
COSTI PER IL PERSONALE	38.872 €	151.059 €	154.117 €	156.000 €
<b>MARGINE OPERATIVO LORDO - EBITDA</b>	118.933 €	139.171 €	161.327 €	167.992 €
	18%	20%	23%	24%
AMMORTAMENTI E SVALUTAZIONI	75.853 €	88.333 €	100.000 €	100.000 €
INTERESSI E ALTRI ONERI FINANZIARI	38.993 €	18.000 €	19.833 €	20.000 €
ONERI STRAORDINARI	- €	- €	- €	- €
IMPOSTE SUL REDDITO	- €	5.500 €	6.508 €	6.600 €
<b>RISULTATO DEL PERIODO</b>	4.087 €	27.337 €	34.985 €	41.392 €
	1%	4%	5%	6%

centri. Sappiamo cosa significa stare "in trincea".

- **Riservatezza assoluta:** la vendita di una palestra è un processo delicato. Garantiamo la massima discrezione per non allarmare staff e clienti.
- **Network certificato:** accesso diretto ai principali acquirenti e fondi di investimento del settore.

## Chi sono Marco e Chiara Biffi

Con oltre 15 anni di esperienza ai vertici del settore fitness, Marco Biffi è stato socio e responsabile sviluppo di **Fit Express**, coordinando l'apertura di oltre 60 centri tra Italia ed estero. Oggi è Founder di **Business Fit Consulting**, la prima realtà italiana specializzata nella compravendita di palestre. Mentre Chiara, per 10 anni all'interno della società, è stata il supporto tecnico dei franchisee, ora gestisce come titolare i 5 centri sportivi tra Milano, Roma e Catania. **La loro missione è trasformare la gestione delle palestre da "emozionale" a "basata sui dati", supportando gli imprenditori nella massimizzazione del valore della propria azienda.** ■

[info@businessfit.it](mailto:info@businessfit.it)  
[www.businessfit.it](http://www.businessfit.it)



# Il tuo centro sportivo, nel palmo di una mano.

**Geko Fit: l'evoluzione cloud  
del management sportivo.**

» 02 37072831

## Orientata al business

Grazie alle API aperte, integriamo i tuoi software preferiti in un'unica soluzione fluida.



## L'IA che parla la tua lingua

Crea report e grafici complessi in pochi istanti con il linguaggio naturale.

Statistiche illimitate e dashboard su misura, integrate in esclusiva nel nuovo Geko Cloud.

## Smart Features



App clienti



Integrazione IA



Gestione totem e palestra H24



Statistiche personalizzate



Autocompilazione anagrafiche



by Geko Software Srl



+39 0237072831



info@gekosoftware.it

» [gekosoftware.it](https://gekosoftware.it)



## Smart Data Entry

Dì addio all'inserimento manuale in segreteria.

Grazie alla nostra lettura ottica avanzata, il gestionale acquisisce automaticamente ogni dato dai moduli cartacei e dai documenti d'identità in pochi secondi.

**RICHIEDI LA DEMO GRATUITA**

**Con assistenza telefonica post-vendita.**  
Un supporto reale, quando serve davvero.

# L'evoluzione del management sportivo: quando l'Intelligenza Artificiale scende in campo



Custom solutions. Smart technology



+39 0237072831



info@gekosoftware.it



gekosoftware.it

**Gestire un centro sportivo oggi non è più solo una questione di palinsesti e abbonamenti. Geko Fit presenta la nuova frontiera del software gestionale: un ecosistema in Cloud dove l'integrazione dell'IA trasforma i dati in decisioni strategiche, semplificando la vita in reception e potenziando il business**

## **Il cambiamento necessario: oltre il semplice gestionale**

Il mondo del fitness e dello sport business sta vivendo una trasformazione profonda. I titolari di centri sportivi si trovano davanti a una sfida doppia: da un lato la necessità di offrire un'esperienza utente impeccabile, dall'altro l'esigenza di monitorare costi e ricavi con precisione chirurgica. In questo scenario, il "vecchio" gestionale installato sul PC della segreteria non basta più. Serve flessibilità, serve il Cloud e, soprattutto, serve intelligenza.

## **Geko Fit: la tecnologia al servizio dell'uomo**

Geko Fit non nasce in un laboratorio asettico, ma dall'ascolto costante di chi la palestra la vive ogni giorno. "Abbiamo trasformato i feedback dei gestori in righe di codice", spiegano i responsabili di Geko Software. La piattaforma è stata progettata per essere utilizzata "nel palmo di una mano", permettendo ai titolari di controllare l'andamento del centro dal proprio smartphone, ovunque si trovino. Non è solo comodità: è la libertà di avere il polso della situazione in tempo reale.

## L'Intelligenza Artificiale che parla la tua lingua

La vera rivoluzione introdotta da Geko Fit è l'integrazione nativa dell'IA. Spesso i gestori si trovano sommersi da tabelle Excel e numeri difficili da interpretare. Geko Fit cambia le regole del gioco: grazie al linguaggio naturale, il sistema è in grado di generare report complessi e grafici predittivi in pochi istanti. Chiedere al software "Qual è il trend di rinnovo degli abbonamenti per la fascia 20-30 anni?" non richiede più ore di lavoro manuale, ma pochi secondi di elaborazione intelligente.

## Smart Data Entry: addio agli errori manuali

Uno dei colli di bottiglia storici di ogni centro sportivo è la segreteria durante le ore di punta. L'inserimento manuale delle anagrafiche e la scansione dei documenti sono attività che sottraggono tempo prezioso al rapporto con il cliente. Con la funzione Smart Data Entry, Geko Fit automatizza il processo: grazie alla lettura ottica avanzata, il gestionale acquisisce i dati dai documenti d'identità in modo istantaneo, eliminando errori di battitura e code al desk.

## Un ecosistema aperto e orientato al business

La forza di Geko Fit risiede anche nella sua capacità di integrarsi. Grazie alle API aperte, il software dialoga



### L'IA che parla la tua lingua

Crea report e grafici complessi in pochi istanti con il linguaggio naturale.

Statistiche illimitate e dashboard su misura, integrate in esclusiva nel nuovo Geko Cloud.

> 02 37072831

con i principali strumenti già in uso nel centro sportivo, creando una soluzione fluida e senza strappi. Dalla gestione dei totem per l'accesso H24 alle statistiche personalizzate per ogni singolo istruttore, ogni modulo è pensato per scalare insieme alla crescita della struttura.

## Scheda Tecnica

- **Piattaforma:** 100% Cloud, accessibile da ogni dispositivo.
- **Core Feature:** integrazione AI per reportistica in linguaggio naturale.
- **Automazione:** Smart Data Entry per l'acquisizione automatica anagrafiche.
- **Sicurezza:** gestione dei varchi e domotica H24 integrata.
- **Apertura:** API disponibili per integrazioni di terze parti.
- **Supporto:** assistenza telefonica post-vendita dedicata.

**L'assistenza: il valore del fattore umano.** Nonostante l'altissima tecnologia, Geko Software non dimentica l'importanza del supporto reale. "Un supporto vero, quando serve davvero" è il mantra dell'azienda. L'assistenza telefonica post-vendita non è un call center anonimo, ma un team di esperti pronto ad accompagnare il cliente in ogni fase della digitalizzazione del centro. Perché la tecnologia è uno strumento potente, ma è la partnership strategica a fare la differenza nel lungo periodo.

## Smart Features



App clienti



Integrazione IA



Gestione totem e palestra H24



Statistiche personalizzate



Autocompilazione anagrafiche

**RICHIEDI LA DEMO GRATUITA**



Tel. +39 0237072831  
[info@gekosoftware.it](mailto:info@gekosoftware.it)  
[www.gekosoftware.it](http://www.gekosoftware.it)

# Sconti e Promozioni non sono il problema

**Il problema è usarli male. 6 strategie intelligenti per aumentare fatturato e valore percepito senza svendere la vostra palestra**

**N**el settore fitness gli sconti sono spesso usati come ultima spiaggia per aumentare le iscrizioni. Ma la verità è che, nella maggior parte dei casi, generano l'effetto opposto: confondono il cliente, indeboliscono il posizionamento e riducono i margini. Gli sconti funzionano solo quando vengono progettati con un obiettivo preciso. Altrimenti comunicano un messaggio pericoloso: *"valiamo meno"*.

Questo articolo spiega perché gli sconti sono una minaccia e le 6 strategie su come trasformare il *pricing* in una leva che rafforza, invece di indebolire, il vostro centro fitness.

Le promozioni e gli sconti in sé non sono una cosa sbagliata. Il vero rischio si ha quando diventano **l'unico piano**, l'unica risposta, l'unica soluzione al "fare un po' di cassa".

Ridurre il prezzo dell'abbonamento o la media mensile è la strada più veloce per generare nuove iscrizioni. È immediato, richiede poco sforzo, e nel brevissimo periodo produce risultati tangibili in termini di cash flow.

Ed è proprio qui che si annida il pericolo. Quello che funziona oggi, a quale prezzo funziona nel medio e lungo periodo?

***Le cinque danni nascosti della strategia del prezzo basso***



## 1. La rivolta silenziosa dei clienti migliori

Immaginate Marco, cliente fedele che ha acquistato l'abbonamento annuale a 600€ a febbraio. A maggio scopre che il suo compagno di allenamento, iscritto ad aprile durante la "Promo Primavera", paga 450€ per lo stesso servizio. Come credete che si senta?

Tradito. Come se la sua fedeltà non contasse nulla. Marco ne parlerà con altri clienti, genererà malcontento, e nella sua mente si consoliderà un pensiero pericoloso: "Non devo mai pagare il prezzo pieno. Devo solo aspettare la prossima promozione." I vostri clienti migliori - quelli che pagano il prezzo pieno, che rinnovano puntualmente - sono esattamente quelli che state penalizzando. E sono loro il cuore del vostro business.

## 2. L'aspettativa distruttiva

Una volta innescato il meccanismo delle promozioni cicliche, i vostri clienti imparano i vostri pattern: *"a giugno fanno sempre la promo estate", "a settembre c'è il back-to-gym con lo sconto"*.

Risultato? Nessuno rinnova più con anticipo. Tutti aspettano l'ultimo

momento. E quando provate a incentivare i rinnovi anticipati, vi trovate di fronte a clienti scettici. Questo erode completamente qualsiasi strategia di fidelizzazione e distrugge la prevedibilità del vostro *cash flow*.

## 3. Il Cliente "Promozione"

Il cliente attirato esclusivamente dalla promozione è statisticamente meno fedele, meno frequentante, e più problematico. Ma soprattutto, nella sua mente ha già stabilito quale sia il "giusto prezzo": quello scontato. Al rinnovo, sarà disponibile a riconfermare solo a quelle condizioni.

State riempiendo la vostra palestra delle persone sbagliate.

## 4. Il crollo Post-Promozionale

Lanciate una *"Promo Estate"* a giugno. Nelle ultime settimane incassate più di tutto il mese precedente. Successo? Guardate i numeri di luglio. Le vendite crollano verticalmente. Per tre motivi.

- **La paralisi del venditore.** Il vostro staff deve giustificare un prezzo superiore rispetto alla settimana prima. Molti si sentono a disagio, e questa insicurezza si percepisce.

A photograph of a man with a grey beard and short dark hair, wearing a white t-shirt, standing in a gym with his arms crossed. The gym has large windows, treadmills, and other exercise equipment.

**PIÙ FACILE  
DI COSÌ?**

**PAGODIL**

**ZERO COSTI PER I TUOI CLIENTI,  
ZERO PENSIERI PER TE.**

PagoDIL by Cofidis è la soluzione di credito che permette ai tuoi clienti di pagare a rate senza interessi, e a te di incassare subito l'intero importo senza rischi.

**Facile, veloce, PagoDIL.**



• **L'effetto coda.** Chi si presenta dopo la scadenza ha visto pubblicizzato o sentito dire del prezzo in promozione e si trova un prezzo molto superiore. La maggior parte non converte.

• **La cannibalizzazione.** Molti avrebbero acquistato comunque nelle settimane successive al prezzo pieno. Avete solo anticipato vendite regalando margine.

## 5. Il messaggio sbagliato

Ogni sconto comunica: *“Il nostro servizio non vale quello che chiediamo.”* Questo messaggio ha conseguenze anche all'interno della vostra organizzazione. Come si sentono i vostri istruttori quando un cliente paga 22€ al mese per il loro lavoro? Il prezzo è una dichiarazione di identità e posizionamento. Le sei strategie per utilizzare promozioni e sconti a vostro favore.

### Strategia 1 lo sconto sull'anticipo

Lo sconto sull'anticipo non è una banale riduzione di prezzo: è uno strumento di gestione della relazione con il cliente.

Riconosce e valorizza chi decide di restare con voi prima che l'abbonamento scada – quindi chi ha già dimostrato fiducia, costanza e propensione all'acquisto.

### Strategia 2 l'abbonamento civetta

Ogni palestra ha un punto debole nella vendita: convincere chi non vi conosce a superare la diffidenza iniziale. L'abbonamento civetta serve esattamente a questo. È un'offerta *“entry level”* a basso prezzo e basso rischio. Non deve essere gratuita. Il fatto che venga pagata (anche poco) seleziona i curiosi dai realmente interessati e vi permette di attivare un percorso di fidelizzazione solido.

L'obiettivo non è guadagnare dall'offerta, ma far vivere l'esperienza del vostro centro a chi ancora non vi conosce. Una volta che la persona vi prova, smette di vedervi come *“una palestra qualsiasi”* e inizia a percepire professionalità, accoglienza e risultati.

Il prezzo basso è giustificato dall'obiettivo: farvi conoscere.

### Strategia 3 lo sconto sul volume

Ridurre il prezzo quando qualcuno vi dà più mesi, più servizi o più componenti della stessa famiglia è una forma di sconto totalmente logica. Non state dicendo *“valiamo meno”*. State dicendo: *“Se fai un investimento più grande con noi, noi investiamo su di te”*.

Funziona molto bene: sugli annuali, sugli abbonamenti familiari, su chi acquista più servizi (sala + corsi + personal trainer + massaggi), su programmi tematici (dimagrimento, performance, benessere schiena...). Oltre a essere percepito come equo, aumenta naturalmente il lifetime value dei vostri clienti.

### Strategia 4 lo sconto sul pagamento anticipato

Quando offrite un piccolo sconto in cambio del pagamento anticipato di un intero periodo, non state svalutando nulla. State semplicemente trasferendo una parte del vostro vantaggio al cliente: più liquidità immediata, meno gestione amministrativa, più stabilità nei flussi.

Questo tipo di sconto è elegante, credibile e trasparente. Piace ai clienti e protegge i vostri margini.

### Strategia 5 il premio Referral

Premiare chi vi presenta un amico è una leva potentissima, perché lo sconto non è collegato a chi già paga ma nasce come ricompensa per un comportamento utile alla crescita del centro. Offrendo uno sconto in cambio di referral trasformate i vostri clienti in ambasciatori senza abbassare i prezzi di listino.

### Strategia 6 il lancio di nuovi pacchetti/servizi

E funziona perché: c'è novità, c'è scarsità, c'è una motivazione reale che giustifica il prezzo promozionale.

Non è uno sconto sulla palestra: è **un lancio**.

E i lanci, per definizione, portano

entusiasmo e conversioni elevate. Una strategia efficace è quella di creare e lanciare costantemente nuovi pacchetti che includono insieme all'abbonamento dei servizi e che sono specifici per determinati target di clientela. Possono essere lanciati in particolari periodi dell'anno o in occasione di eventi.

Quando create un pacchetto tematico per esempio un percorso detox di inizio anno che combina allenamento, sauna, dieta personalizzata e integratori, potete offrire un prezzo vantaggioso ai primi che lo acquistano.

E funziona perché c'è novità, c'è scarsità, c'è una motivazione reale che giustifica il prezzo promozionale. Non è uno sconto sulla palestra: è un lancio.

E i lanci, per definizione, portano entusiasmo e conversioni elevate.

**In conclusione**, prima di fare qualsiasi una promozione, verificate:

1. Obiettivo strategico chiaro
2. Temporalità limitata (non ripetibile ogni anno)
3. Giustificazione esterna (il mercato deve capire il perché)
4. Protezione clienti esistenti (come gestite chi ha pagato pieno?)
5. Piano di uscita (come tornate al prezzo pieno e in quanto tempo).

Se il vostro unico vantaggio è il prezzo, siete su terreno fragilissimo. Ci sarà sempre qualcuno disposto a vendere meno.

Il vostro vantaggio deve essere nell'esperienza personalizzata, nella competenza dello staff, nella comunità che create, nelle relazioni umane che instaurate con i clienti, nella differenziazione dei servizi offerti e nei risultati concreti che generate. Questi elementi creano valore percepito, e quando è alto, il prezzo diventa secondario. ■

### 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](http://www.fitnessdifferent.it)

# RIMINIWELLNESS

THE WELLNESS EXPERIENCE SHOW

# GO

28-31 MAGGIO 2026 FIERA E RIVIERA  
DI RIMINI

# THROUGH

ORGANIZZATO DA

**ITALIAN  
EXHIBITION  
GROUP**  
Providing the future

IN COLLABORAZIONE CON



SCOPRI  
DI PIÙ



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

# WHYsport COLLAGENE RIGENERA® ARTICOLAR



Nel mondo delle palestre e della preparazione atletica, la performance non è solo una questione di risultato immediato. La vera sfida è costruire continuità nel tempo, saper ascoltare il proprio corpo e accompagnarlo in maniera consapevole attraverso carichi di lavoro intensi e progressivi. Quando l'allenamento diventa intenso e sempre più strutturato, è fondamentale adottare una strategia completa e curata in ogni dettaglio. È all'interno di questa visione più ampia che il collagene sta emergendo come uno degli integratori più apprezzati, non solo nell'ambito del benessere, ma anche nel panorama dell'integrazione sportiva. Da questa consapevolezza nasce **COLLAGENE RIGENERA® ARTICOLAR**, una formulazione sviluppata per inserirsi in modo coerente in un approccio moderno alla preparazione fisica e per posizionarsi come punto di riferimento nel mondo dello sport.

## Composizione di COLLAGENE RIGENERA® ARTICOLAR

Il cuore della formula è il collagene idrolizzato, proteina naturalmente presente nei tessuti connettivi. Grazie

al processo di idrolisi enzimatica, le catene proteiche vengono suddivise in peptidi più piccoli. La formula è completata da attivi selezionati con cura:

- **Vitamina C:** contribuisce alla normale formazione del collagene e alla funzionalità delle cartilagini
- **Magnesio:** supporta la funzione muscolare durante l'attività fisica
- **Boswellia:** pianta di tradizione ayurvedica, orientata al supporto della funzionalità articolare
- **MSM (metilsulfonilmetano):** fonte naturale di zolfo organico

Il gusto neutro rende **COLLAGENE RIGENERA® ARTICOLAR** estremamente versatile: può essere sciolto in acqua, aggiunto a shake proteici, yogurt o frullati, senza alterarne il sapore.

## Qualità, purezza e attenzione al dettaglio

Ciò che rende **COLLAGENE RIGENERA® ARTICOLAR** unico è l'attenzione dedicata alla qualità e alla purezza. Ogni barattolo è realizzato a partire da materie prime selezionate con cura e lavorate con grande meticolosità.



Questo livello di attenzione si traduce in un prodotto di eccellenza, pensato e formulato per chi desidera un collagene di massima qualità.

La sua formula combina grande purezza e standard qualitativi elevati, caratteristiche che hanno consolidato la fidelizzazione dei nostri clienti nel tempo. **Collagene Rigenera®** e **WHYsport®** sono entrambi marchi registrati, riconosciuti ed apprezzati dai clienti più esigenti. Con **COLLAGENE RIGENERA® ARTICOLAR** non si acquista solo un integratore, si sceglie un prodotto leader nel settore sportivo, studiato con cura in ogni fase e crediamo che questa sia una scelta che fa davvero la differenza.

### WHYsport® : identità, ricerca e visione internazionale

Dietro ogni formulazione **WHYsport®** c'è una filosofia precisa: sviluppare integrazione sportiva con standard qualitativi elevati, attenzione scientifica e una visione orientata alla crescita sostenibile nel tempo.

Con quasi trent'anni di esperienza nel settore, abbiamo costruito il nostro posizionamento attraverso un approccio

concreto: selezione rigorosa delle materie prime, collaborazione con fornitori qualificati e riconosciuti, grande attenzione alla qualità del prodotto finito. Ricerca e sviluppo rappresentano un pilastro fondamentale dell'azienda. Ogni prodotto nasce da un'attenta analisi formulativa e dal confronto costante con professionisti del settore sportivo e nutrizionale. Il controllo qualità, la produzione in lotti contenuti e la cura del packaging completano un modello operativo orientato al miglioramento continuo.

Questa solidità ha permesso a **WHYsport®** di consolidare la fiducia dei clienti in Italia e di guardare al futuro con un obiettivo chiaro: portare questa filosofia e questi standard oltre i confini nazionali, con particolare attenzione alle aree in forte crescita come il mercato asiatico.

**WHYsport®** non è semplicemente un marchio di integrazione sportiva: è un orgoglio nazionale fondato su competenza tecnica, coerenza e passione autentica per lo sport.

### Ecco perché clienti e professionisti scelgono WHYsport®

- Esperienza quasi trentennale nel settore.
- Ampia gamma di prodotti per tutti i tipi di sport.
- Team dedicato di ricerca e sviluppo.
- Team di controllo qualità.
- Utilizzo di materie prime certificate (Kyowa quality®, Creapure®, Isolac®, Optipep®, Cluster Dextrin™, etc).
- Assenza e/o limitazioni nell'uso di allergeni.
- Produzione di piccoli lotti per garantire freschezza.
- Packaging conformi alle normative.
- Collaboratori e professionisti specializzati in nutrizione.
- E soprattutto... Passione e dedizione!

Cosa stai aspettando? Scegli **WHYsport COLLAGENE RIGENERA® ARTICOLAR** per un integratore versatile, formulato con ingredienti di alta qualità e pensato per supportarti ogni giorno.

Per maggiori informazioni contatta: [info@whysport.it](mailto:info@whysport.it)



# Il Pilates oggi

## Metodo, Rischi e Identità



**Claudia Fink, fondatrice di Pilates Italia® , riflette sull'evoluzione del Pilates nei centri fitness: tra opportunità e rischi, richiama l'attenzione su formazione, sicurezza e autenticità del metodo. Un'analisi chiara su cosa significhi davvero insegnare Pilates oggi**

### **Chi è Claudia Fink e la Pilates Italia® ?**

Ho fondato **Pilates Italia®** con l'obiettivo di offrire un punto di riferimento concreto, competente e continuativo per i professionisti del movimento, non solo insegnanti di Pilates, ma anche personal trainer, preparatori atletici, fisioterapisti, centri fitness e medici,

SPA e strutture ricettive che desiderano attrezzature di altissima qualità e percorsi formativi seri e strutturati. Procuriamo la fornitura di macchinari Pilates e piccoli attrezzi *Matwork*, grazie alla partnership con *Merrithew®*, offrendo un sistema integrato di attrezzatura e formazione conosciuto a livello internazionale.

Mi occupo della direzione commerciale e dello sviluppo delle formazioni professionali.

Parallelamente, opero anche come Osteopata presso il mio centro **THE Studio**, a Milano, dove seguo clienti con disfunzioni muscolo-scheletriche attraverso un approccio integrato che include kinesiologia applicata e una visione globale della salute.

Da oltre 25 anni opero nel mondo del Pilates, dell'esercizio clinico e della formazione professionale, con l'obiettivo di elevare la qualità dell'insegnamento e della comprensione del movimento umano, andando ben oltre i limiti dell'anatomia descrittiva o delle routine preconfezionate.

Come fondatrice di **Pilates Italia** e **Lead Instructor Trainer** per **STOTT PILATES®**, ho formato migliaia di insegnanti con un approccio critico e scientifico che

integra anatomia applicata, biomeccanica e protocolli post-riabilitativi, con un'attenzione particolare alla salute della donna, alla sclerosi multipla e alla riabilitazione oncologica.

Non insegno per seguire le mode, ma per far pensare. Il mio scopo è sfidare le convinzioni consolidate, decostruire le semplificazioni diffuse nel mondo del fitness e guidare i professionisti verso una comprensione più profonda del cosa, come e perché del movimento. Aiuto coloro che desiderano espandere l'offerta con contenuti di reale valore. Offro anche consulenze in sviluppo business, formazione di insegnanti e scelta di attrezzi, in particolare come rivenditrice ufficiale **Merrithew®** in Italia.

**Un tempo svolto in ambienti raccolti e silenziosi, il Pilates si è fatto strada anche nei grandi centri fitness, diventando protagonista della scena wellness contemporanea. La pratica nata all'insegna del controllo e della consapevolezza oggi viene svolta in sale affollate, spesso lontane dal rigore e dalla cura individuale che ne contraddistinguono le origini. Cosa ne pensa Claudia Fink di questo trend?**

Questo ampliamento dell'offerta, se da una parte testimonia il crescente interesse verso la disciplina, dall'altra solleva interrogativi non trascurabili: cosa accade quando a guidare le classi numerose sono istruttori preparati alla svelta, su attrezzature che richiedono competenza e supervisione costante?

L'entusiasmo rischia di trasformarsi in superficialità, e con essa aumenta anche il margine di rischio per chi pratica. Soprattutto visto che il trend viene applicato nello specifico al **Reformer**, una macchina che attira clienti di vario tipo, ma che potrebbe comportare anche dei rischi di cadute e infortuni se non si è abbastanza competenti nel gestire gruppi.

**Siamo di fronte a una naturale evoluzione del metodo o a una trasformazione che ne compromette l'autenticità?**

È questo il dubbio che condividiamo in molti. Un'espansione che, secondo alcuni, lo ha progressivamente allontanato dalle sue radici più "danzerecce" per avvicinarlo a un ibrido tra *high impact low intensity* e fitness, più compatibile con i ritmi e i movimenti tipici dell'ambiente palestra che non con l'eleganza e la fluidità ispirate dalla danza.

Meno attenzione al dettaglio, alla postura, al controllo: tutto ciò per cui il Pilates si è fatto strada negli anni in tutto il mondo. Diciamo che vicino al metodo originale è rimasto ormai solo il nome, Pilates, termine abbastanza inflazionato. **Il nome Pilates oggi, è sempre**

**più associato a proposte molto distanti dal metodo originale.**

È un peccato, perché spesso si ha la sensazione che venga utilizzato più come etichetta di marketing che come riferimento a un approccio autentico. Se è giusto dare spazio alla creatività, tutto può funzionare, a patto che restino alcuni capisaldi: attenzione costante, sicurezza, esperienza tecnica e supervisione reale, precisione e attenzione al dettaglio, progressioni e/o regressioni quando necessarie. Se c'è controllo sulle persone, sui macchinari, e soprattutto sulla qualità del lavoro allora sì, anche questa evoluzione può essere accolta come una nuova opportunità, anche se tradisce decisamente l'essenza del metodo. Purtroppo nella mia esperienza di formatrice, non vedo queste caratteristiche nell'ormai inflazionato mondo del Pilates. Il problema è più grave nel momento in cui viene consigliata questa disciplina a persone che hanno patologie spinali o di altro tipo.

**C'è confusione su cosa sia il Pilates? E in quanti saprebbero rispondere a questa domanda?**

Di solito si ottiene una spiegazione benintenzionata ma vaga su allungamento, respirazione, rafforzamento o "lavoro sul core".

Un insegnante di Pilates dovrebbe riuscire facilmente a spiegare cosa sia il Pilates, altrimenti come può sperare che l'ascoltatore curioso lo capisca e lo valorizzi? Non è solo una questione di parole, si tratta di identità professionale, e a tal proposito molti si identificano come tali, senza sapere chi fosse *Joseph H. Pilates* e perché oggi è possibile utilizzare questo nome. Molti lo approcciano come sport quando non lo è, e molti giovani con l'ambizione di insegnarlo, non sanno neanche che **J.H. Pilates** è il nome di una persona, non di un metodo, infatti l'originale si chiamava *Contrology*. Oggi queste stesse persone che hanno scoperto il metodo da pochissimo, si presentano come esperti, ovunque guardi c'è un altro esperto che propone un esercizio con qualche consiglio per il mal di schiena.

Il Pilates non è una disciplina "taglia unica". La bellezza del metodo sta proprio nella sua ampia applicabilità: quindi è naturale che anche la descrizione si adatti di conseguenza.

**Per un cliente che non ha mai fatto esercizio:** è gentile ma efficace ti aiuta a muoverti meglio e a sentirti più forte, seguendo i tuoi ritmi.

**Per un fisioterapista:** ripristina il movimento funzionale attraverso esercizi controllati basati sul respiro ideale nella post-riabilitazione e per condizioni croniche.

**Per un amico sportivo:** affina il movimento, sviluppa forza equilibrata e migliora la performance.

**Per un adulto più anziano:** è modificabile per non evitare danni sulle articolazioni perfetto per restare mobili, forti e stabili.

Io dico che il Pilates è un metodo di movimento che coinvolge tutto il corpo e sviluppa forza, controllo e flessibilità, dedicandosi ad allineamento, respiro, concentrazione e precisione. Utilizza sia il tappetino che



attrezzature e accessori specifici per migliorare il modo in cui le persone si muovono nella vita quotidiana.

Con il suo focus sulla coordinazione mente-corpo, la sequenza evolutiva degli esercizi, l'uso di attrezzi a resistenza elastica e l'integrazione funzionale dell'intero corpo, il Pilates offre un percorso unico e intenzionale verso la forza, il controllo e la libertà di movimento. Mi chiedo se non sia un peccato trasformarlo in una disciplina snaturata nella sua filosofia, adattandolo ai grandi numeri delle palestre, spesso senza un'adeguata supervisione sull'esecuzione degli esercizi. Questo non significa che il metodo non possa evolversi o integrare elementi del fitness contemporaneo, ma dovrebbe farlo restando fedele ai suoi principi: qualità, attenzione e consapevolezza al centro della pratica.

### **Ma cosa serve per diventare un insegnante di Pilates che sia centrato sulle necessità del cliente?**

Bisogna andare oltre l'insegnamento della coreografia. L'attuale formazione spesso non riesce a preparare gli istruttori per la popolazione diversificata di oggi. È fondamentale offrire un approccio incentrato sulla valutazione, sull'empatia e sul Pilates per persone reali. Oggi più che mai è necessario offrire benessere psico-fisico.

In un mondo ideale, ogni insegnante di Pilates dovrebbe avere la capacità di valutare il cliente con sicurezza, di capire e adattare il movimento per servire clienti reali.

Nell'industria di oggi, molti insegnanti invece si trovano impreparati rispetto ai clienti che frequentano le classi. Sono persone rigide, anziane, pre o post interventi chirurgici, artritiche, con patologie della colonna, anche, spalle e ginocchia.

La realtà è che oggi molto della formazione di Pilates è robotica, riduttiva, superficiale e rimossa dalla realtà del quotidiano.

### **Ed infine la domanda da un milione di dollari: il Pilates fa dimagrire?**

Praticare movimento sicuramente stimola il metabolismo, attiva le cellule e migliora la salute generale rassodando il corpo e rendendolo più equilibrato. È ovvio che per ottenere un vero e proprio dimagrimento bisogna seguire un regime alimentare corretto, salutare e bilanciato.



**Per contattare Claudia Fink:**  
**Pilates Italia srl**  
**Via Conca del Naviglio 18,**  
**20123 Milano**  
**02 89451369**  
[info@pilatesitalia.com](mailto:info@pilatesitalia.com)  
[IG pilatesitalia\\_](https://www.pilatesitalia.com)



**CIWAS**

Confederazione  
Italiana Wellness  
e Attività Sportive  
per la Salute

**#UnitiPerLoSport**



# **SEMPRE AL TUO FIANCO!**

Ciwas **ascolta** ed **amplifica** la tua voce, per **ridurre la frammentazione ed aumentare l'autorevolezza** di Palestre, Piscine e Centri Sportivi.

Ciwas è una community più inclusiva,  
per **tutelare, accrescere e innovare il Settore Wellness.**

**Niente barriere all'ingresso e nessuna quota di affiliazione,**  
puoi utilizzare **liberamente** tutte le convenzioni e benefit  
della Confederazione Wellness!

**ISCRIVITI ALLA NEWSLETTER!**

**WWW.CIWAS.IT**



## 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