

IL NUOVO CLUB

**Strumenti di management
per Centri Sportivi e Fitness Club**

bimestrale anno XVIII
editrice il campo bologna

Poste Italiane Spa - Sediliere in Abbonamento Postale - DL 353/2003(conv. in L.27/02/04 n.46) art.1 comma 1
in caso di mancato recapito, rivisitare all'UT, CNP di Bologna, detentore del conto,
per la restituzione al momento che si impegna a pagare la relativa tariffa.

100

novembre
dicembre
2007

www.fitnessstrend.com

€ 6,50

100



di un paradiso acquatico in città, con cascate, getti massaggi cervicali, geyser ribollenti, idromassaggi multigetto per schiena, gambe e braccia, massaggio subacqueo plantare, lettini massaggianti ad aria, botti a massaggio continuo incrociato ad effetto dimagrante per cosce, vita e schiena. Si trova inoltre il percorso per ginnastica vascolare kneipp con due distinte vasche a 38° e 18°, dalle più vaste applicazioni terapeutiche. Ci sarà la possibilità di applicare, in collaborazione con il reparto Beauty, protocolli e percorsi personalizzati in abbinamento con trattamenti specifici per la rimodellazione e la cura del corpo. Un vero paradiso dell'acqua, in grado di far ritrovare senza fatica ed in assoluto relax, la sensazione di benessere psicofisico.

nuovi spazi

A servizio di queste nuove strutture sono stati realizzati spogliatoi femminili completamente nuovi, più grandi e capienti, dotati di 46 posti armadietto in più e di un numero superiore di docce. Ma soprattutto sono stato realizzati in due distinti settori, per attività asciutte e bagnate, in modo da suddividere i due flussi di clientela in due aree separate. E, per i

momenti di sovraffollamento di uno dei due settori, c'è la possibilità, tramite un collegamento interno, di unire le due aree risolvendo così, per esempio, i problemi che nascono all'uscita dei corsi più affollati.

L'area liberata dagli spogliatoi femminili è servita in parte per ampliare il Thermarium, che è diventato più grande e completo, in grado di soddisfare un maggior numero di clienti con l'installazione di una nuova cabina per thalasso e bagno romano. È stato inserito all'interno un nuovo percorso ludico emozionale con luci e getti d'acqua di varia potenza e diverse temperature che si attiveranno automaticamente al passaggio delle persone. È stata poi ristrutturata la sala relax, che ha cambiato posizione ed è divenuta più suggestiva. Dotata di un forte isolamento acustico, immersi in un'atmosfera magica di aromi, musica e luce consente un relax più completo. Infine è stata raddoppiata e ristrutturata la superficie dedicata all'area riabilitazione e fisioterapia - un settore su cui si punta in ottica di sviluppo del *medical fitness* - dotandola, fra l'altro, di tre nuovi camerini per terapie, in grado di fornire una privacy ed un servizio più completo. >

un irresistibile benessere

di Sergio Bizzarro

Il progetto è nato dalla constatazione che il numero degli appassionati del movimento cresce purtroppo con lentezza, mentre aumenta parallelamente in maniera sensibile la richiesta di percorsi alternativi per raggiungere uno stato di soddisfazione psicofisica che porti al benessere. L'acqua viene quindi individuata come il centro di questo crescente interesse e la sua declinazione sta al centro del progetto di ampliamento. L'idea fondamentale che ha guidato il progetto è stata quella di realizzare sia una nuova piscina ludica ma anche una seconda piscina, completamente innovativa per il benessere ed il relax.

La prima delle due permette di svolgere le attività in acqua in un ambiente completamente nuovo, realizzato ad hoc. La vasca, coperta, con grandi superfici vetrate affacciate verso il giardino ha il tetto in legno lamellare e lunghezza regolamentare. La discesa in vasca avviene tramite un comoda scala. Il fondo è realizzato in piastrelle, in grado di fornire alle utenti dei corsi di acquagym una superficie antisdrucciolo particolarmente confortevole per il movimento del piede. Perimetralmente, sotto il livello dell'acqua, un maniglione continuo permette un comodo appoggio sia per l'esecuzione di esercizi che per tutte le attività di riabilitazione in acqua.

Particolare importanza è stata riservata poi alle apparecchiature tecnologiche per il trattamento dell'acqua per fornire livelli di igiene e pulizia assolutamente al top. Tutto questo è stato raggiunto con la scelta di un bordo sfioratore perimetrale di tipo finlandese con spiaggia ed alla presenza dei doppi filtri a sabbia sovradimensionati. Un controllo permanente computerizzato, monitorizza le caratteristiche di temperatura, chimiche, fisiche e batteriologiche dell'acqua. Il trattamento di disinfezione con ipoclorito di calcio permette inoltre di vivere una vasca più confortevole con una trascurabile quantità di cloro libero nell'aria.

Questo è il nuovo Life Planet, più grande e coinvolgente, struttura in grado di suggerire, con i suoi servizi e le sue attrezzature cento diversi modi di interpretare il Benessere. Su misura per ogni persona.



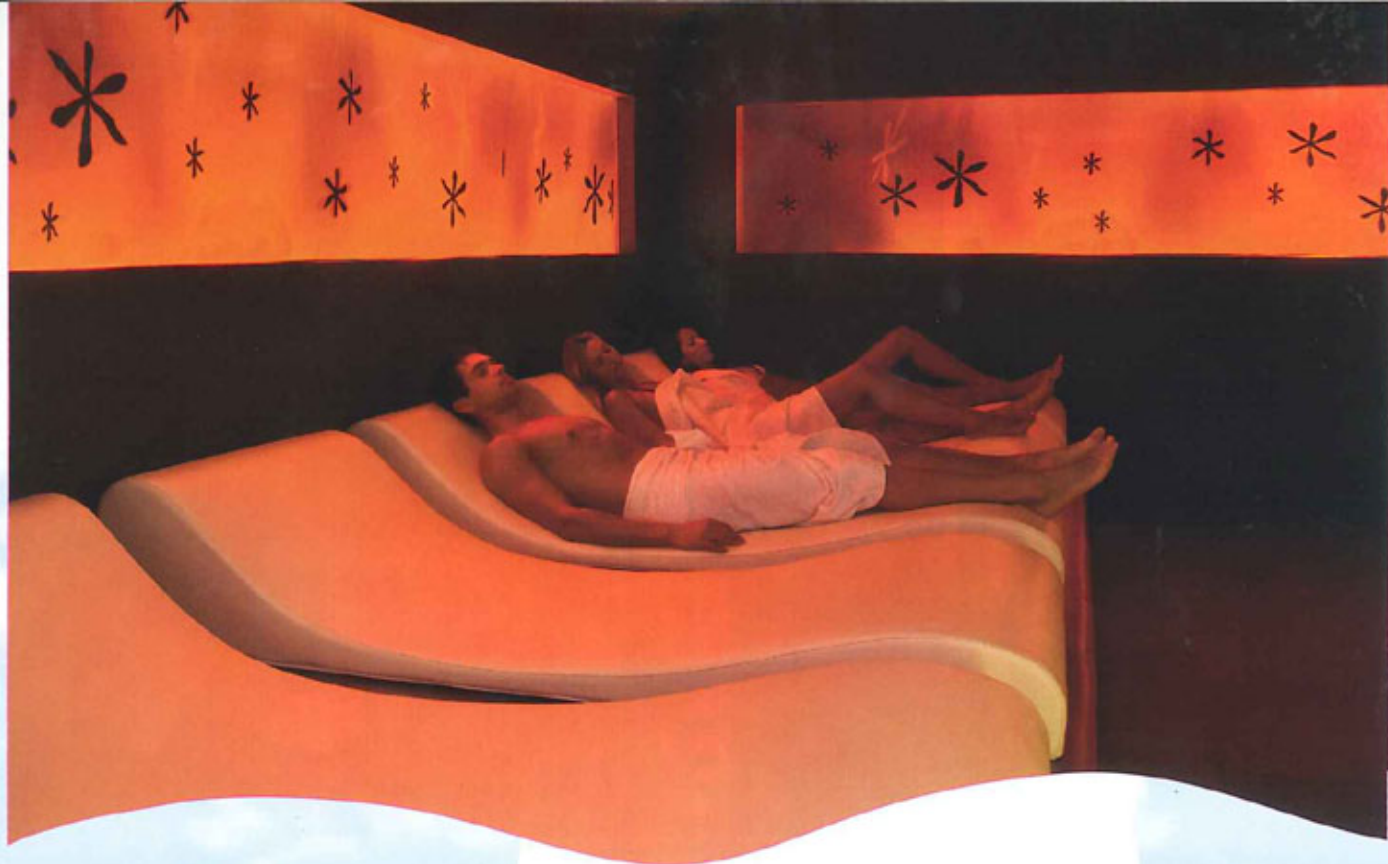
il business dell'acqua

Riuniti intorno a un tavolo due anni e mezzo fa i soci di Life Planet, uno dei principali impianti sportivi della città romagnola, decisero di intervenire nonostante il successo conseguito fino a quel

momento convinti che aldilà dell'offerta erogata - che era ampia e consolidata - era necessario dare un impulso all'attività nell'obiettivo di rafforzare le aree più interessanti in prospettiva e dunque da un lato l'acqua, sia intesa

come nuoto e divertimento, e dall'altro il thermarium, area fisioterapica e di riabilitazione. Ma qual era il senso di una svolta così repentina e che avrebbe da subito comportato la necessità di sostanziosi investimenti? All'antico





adagio secondo cui "squadra che vince non si cambia" veniva opposto un ragionamento che andava molto oltre il quotidiano. Da un'analisi del mercato del *leisure* a Ravenna era emerso che la sfida sul terreno del cliente stava scivolando lentamente sul territorio infido del prezzo. Il Life Planet, nonostante il credito acquisito negli anni da una struttura che si era chiaramente consolidata, non aveva più margini di crescita certi. L'offerta in città poi continuava a mirare al cliente più fitness con poche varianti di sole piscine di tipo tradizionale. Niente dunque che potesse mirare ad un cliente più facoltoso e con qualche pretesa in più. E un ulteriore fattore da considerare era la redditività dei singoli servizi. A quel punto la decisione di cambiare pelle era stata presa: bisognava puntare sull'acqua in tutte le sue forme.

lucro che viene a mancare

Ma come sa bene ogni proprietario o gestore, quando si decide di effettuare ristrutturazioni si va sempre incontro a un duplice inconveniente di natura economica: il danno emergente e il lucro cessante. Il primo riguarda l'aper-

tura di un cantiere che provoca inevitabili disagi alla clientela sempre un po' riluttante all'idea di accollarseli. Per non parlare poi del venire meno di alcuni corsi e dei relativi mancati introiti: quando è stata chiusa la piscina esterna per ampliare il fabbricato, al Life Planet sono venuti a mancare qualcosa come sei mesi di incassi derivanti da corsi vari. Ma come è noto i problemi per i proprietari si presentano nel momento in cui debbono compiere delle scelte strategiche in grado potenzialmente di provocare la disaffezione e conseguente abbandono di una parte dei soci. In questo senso la riscoperta dell'acqua convinse tutti della necessità di eliminare altri servizi che non facevano parte del "core business". Ecco allora che venne chiusa la sala dedicata all'indoor cycling frequentata complessivamente da almeno 600 persone. Dopo questo cambiamento sono state decine le defezioni da sopportare, ma anche in questo caso la scelta è stata obbligatoriamente drastica: spingere il cliente di palestra a scegliere percorsi con personal trainer (e quindi più remunerativi) inserendo pacchetti che prevedessero l'accesso nei nuovi templi del benessere (allo scopo di invogliarli per il futuro).

risultati conseguiti

Oggi a distanza di due anni, dall'ideazione all'inaugurazione, il nuovo Life Planet ha aperto tutte le aree nuove. Il nuovo corso ha comportato un drastico cambiamento della strategia commerciale e di marketing. Oggi si cerca più il cliente extrafitness e soprattutto sono stati inserite nuove modalità di ingresso che puntano sui fronti del cliente occasionale, del poco fedele e allergico ad abbonamenti lunghi, ma, allo stesso tempo, anche a coinvolgere coloro che gradiscono la formula *all inclusive*. Sono stati così introdotti i coupon da dieci ingressi, ma anche gli stessi giornalieri e sono stati aggiunte alle tessere gold e silver anche un'ulteriore, chiamata platinum che consente di accedere a tutti i nuovi trattamenti godendo di un prezzo tutto compreso. Ma aldilà dei buoni propositi e delle strategie, sono soprattutto i risultati quelli che contano.

Ebbene gli ultimi sei mesi hanno fatto registrare ritorni decisamente promettenti. Puntare più in alto a fronte di una concorrenza conservatrice sembra sia stata una scelta premiante. Il ritmo di crescita è dichiarato infatti superiore al 20%. Chi non risica... ●