

SPORT PLUS Fitness in Italia

Ricerca di Mercato - Maggio 2023





Dr. Paolo Menconi
IFO International Fitness Observatory

#SPORTPLUS

OSSERVATORIO WELLNESS

Promotori



Partner Divulgatori





85.000 dati raccolti

1.050 indicatori

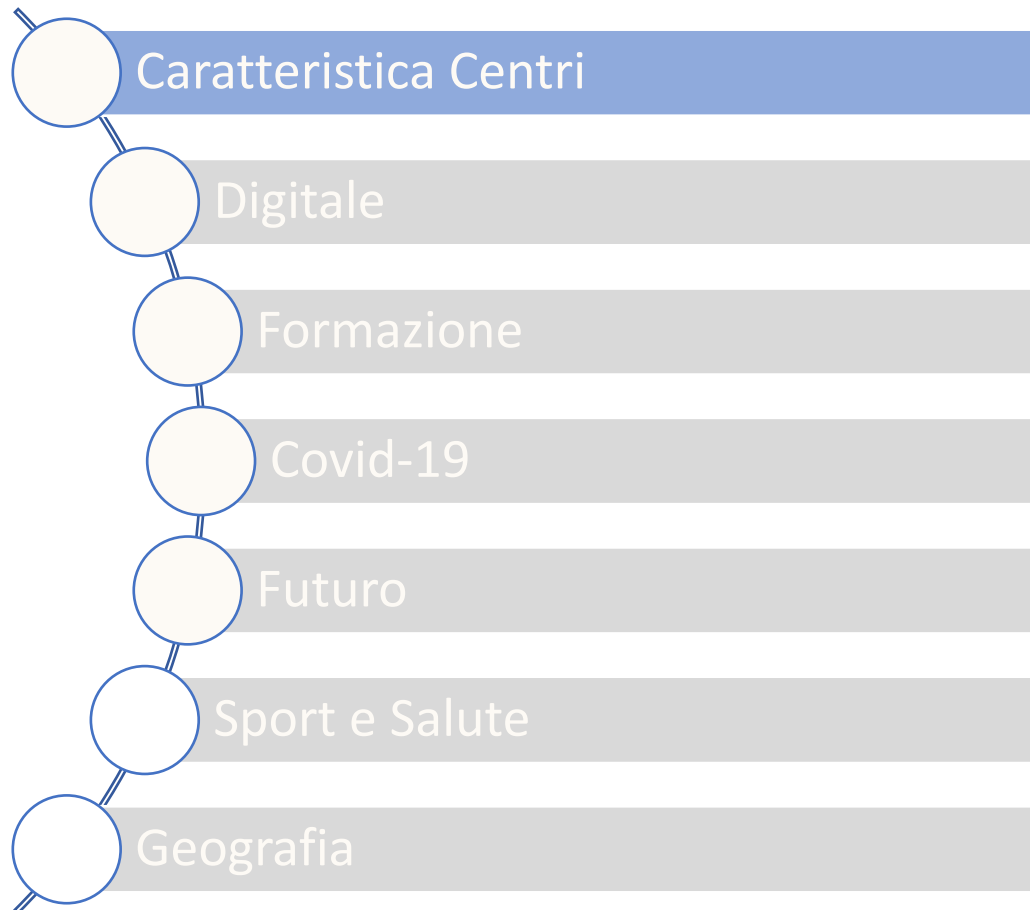
270 report

200 pagine di brochure/relazioni

SPORT PLUS Fitness in Italia CLUB

Ricerca di Mercato - Maggio 2023

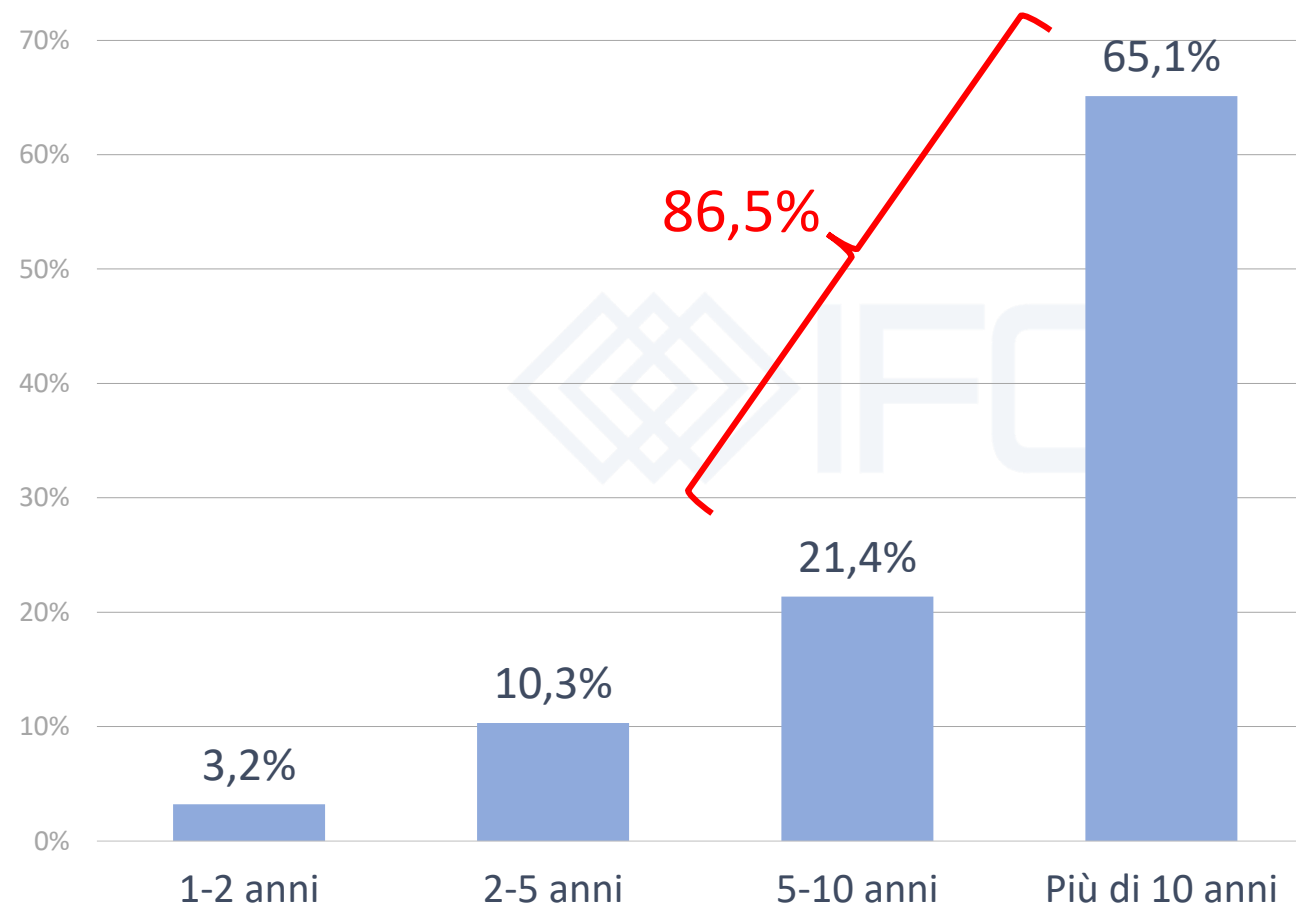




Da quanti anni esiste il Club?

Una storia di lunga durata, consolidata nel tempo quella dei Club italiani: il 65% ha più di 10 anni e circa il 32% tra 2 e 10 anni. Circa il 3% è all'inizio della sua avventura.

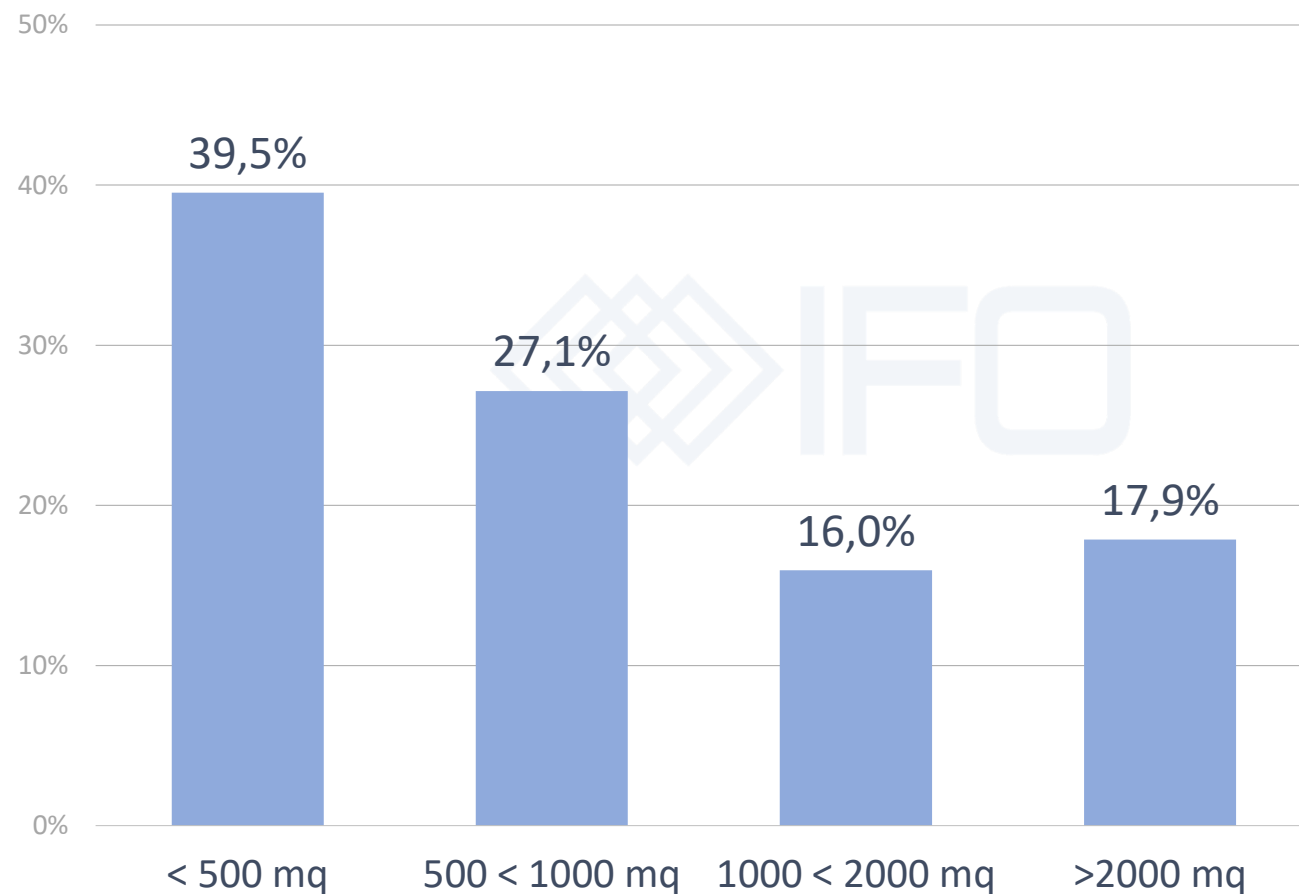
Quanti anni ha il Club?

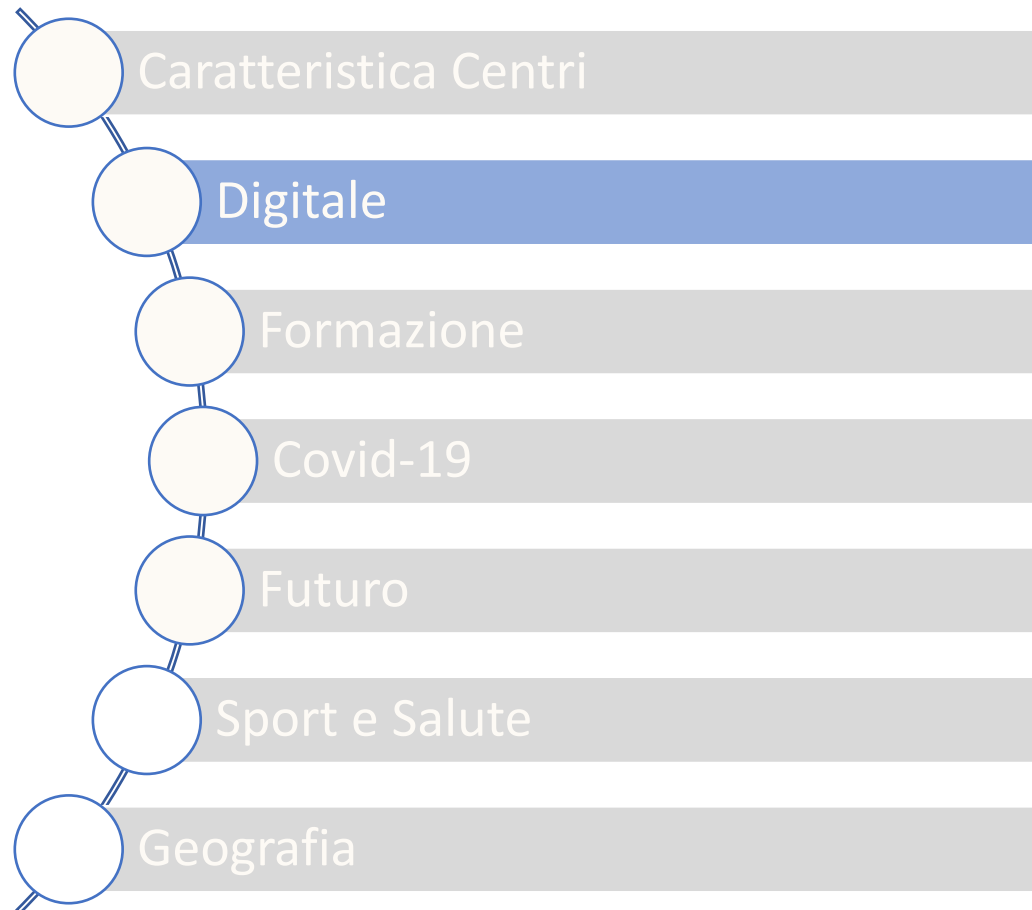


Dimensione del Club: piccoli o grandi?

Il 39% sono Club di piccole dimensioni (sotto i 500mq), il 27% tra 500mq e 1000 mq, il 16% tra 1000 e 2000 e il 18% sono più grandi di 2.000 mq.

Dimensione dei Club in mq

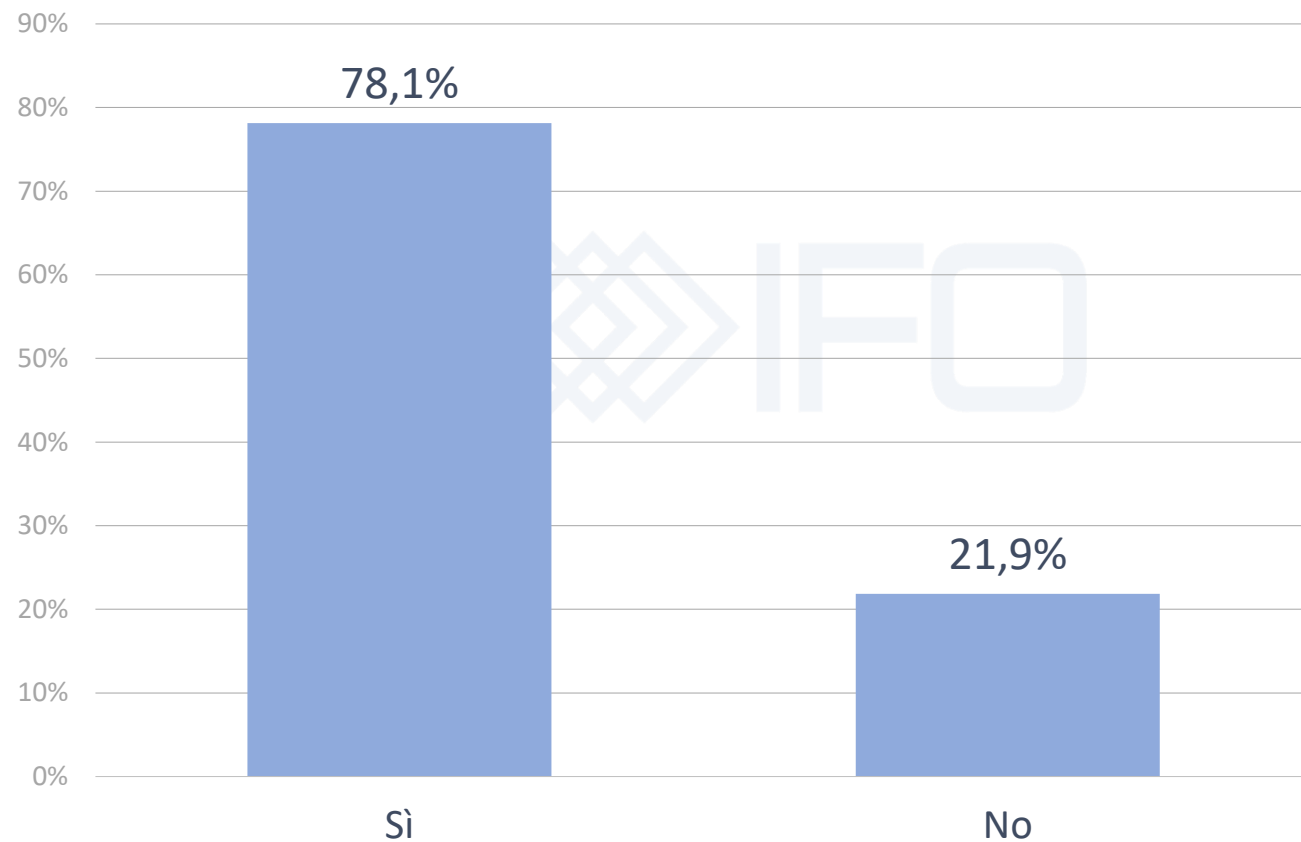




Software gestionale

Il 78% ne ha uno specifico mentre ancora il 22% non gestisce il proprio club con un software specialistico.

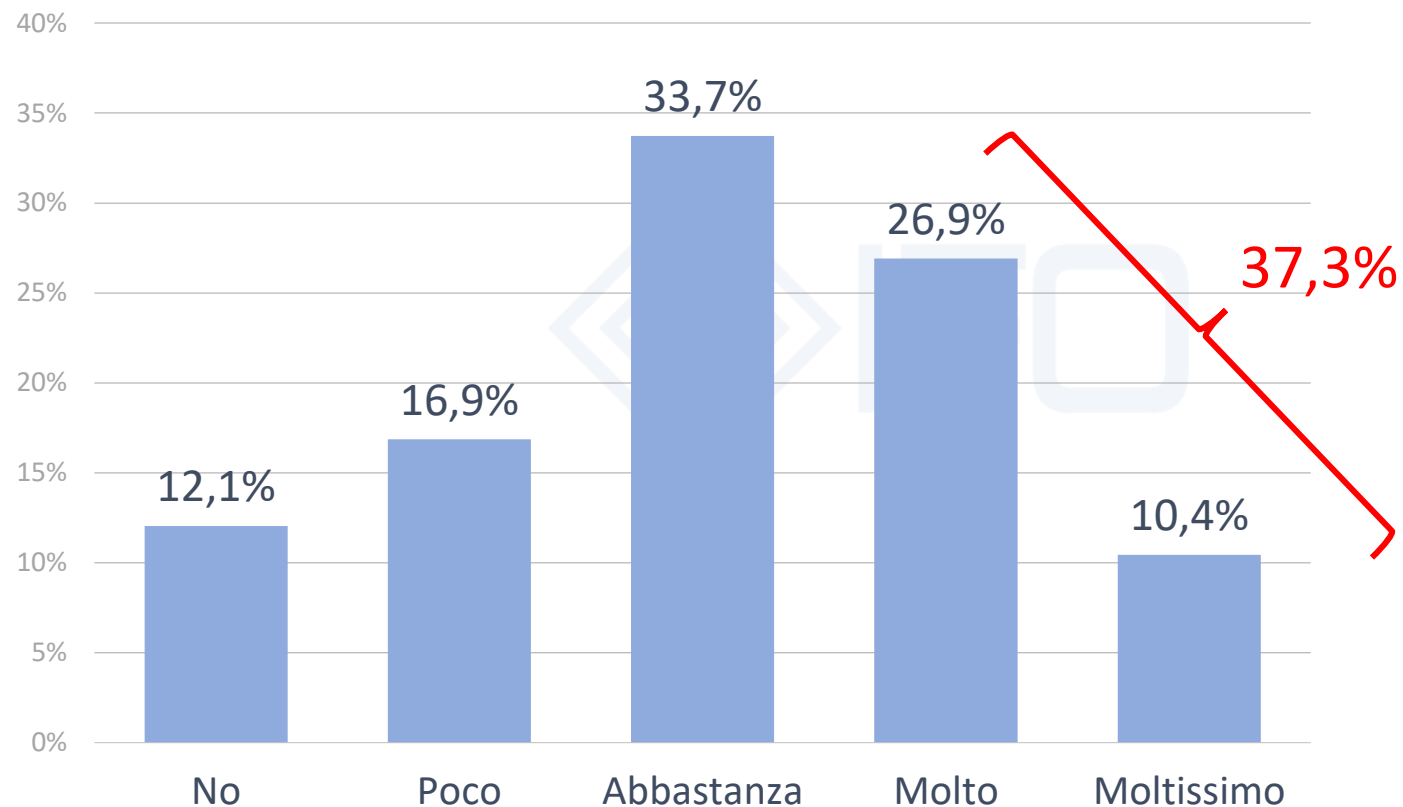
Avete un software specifico per la gestione del Club?



Aumenta o non aumenta la qualità del servizio offerto?

Circa il 34% ritiene che possa abbastanza contribuire ad aumentare il servizio offerto ai propri clienti. Oltre il 37% (molto + moltissimo) è davvero convinto che il gestionale sia importante per farlo. Solo il 12% non ritiene che il software possa contribuire a migliorare la qualità del servizio.

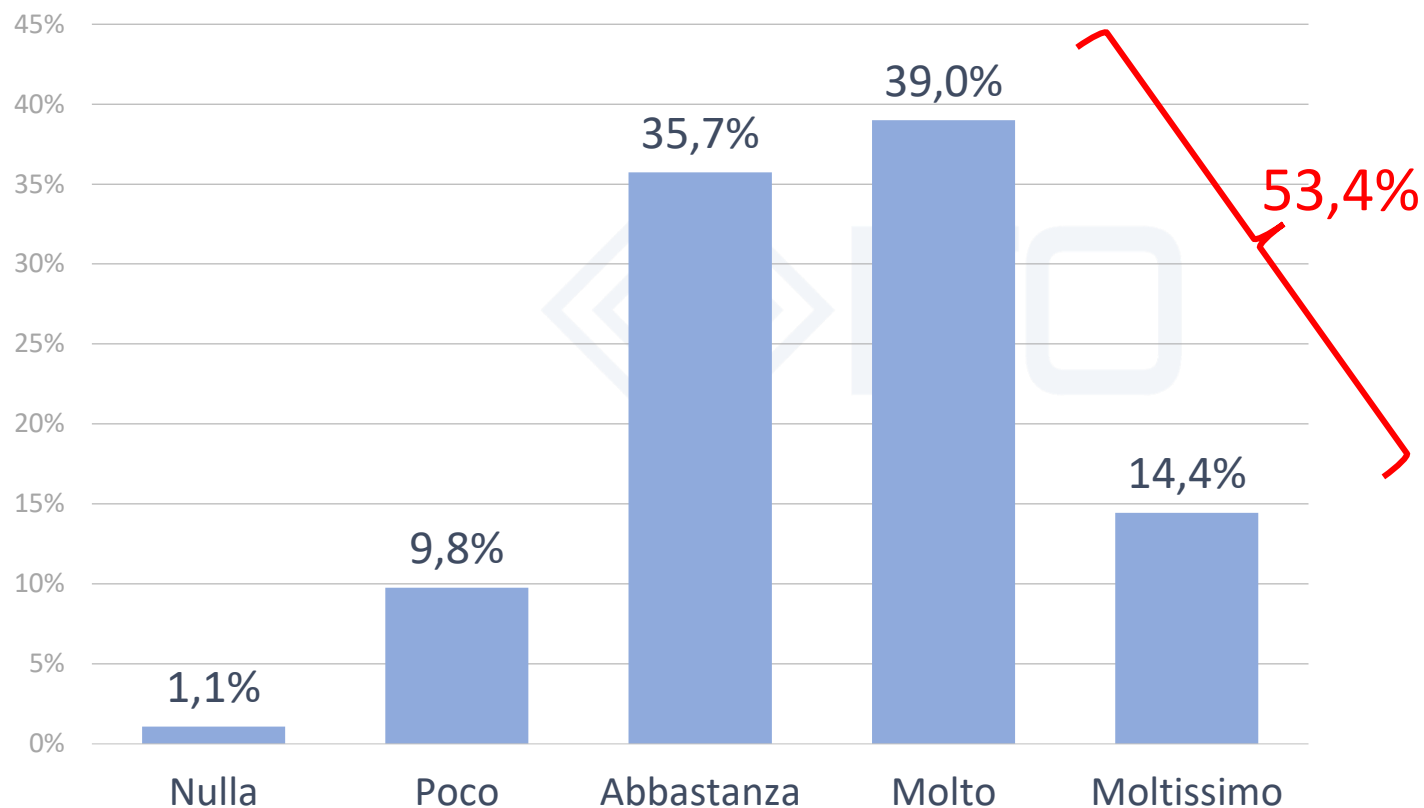
Pensate che il software gestionale che utilizzate aumenti la qualità del servizio offerto?



Strumenti digitali: importanti o no?

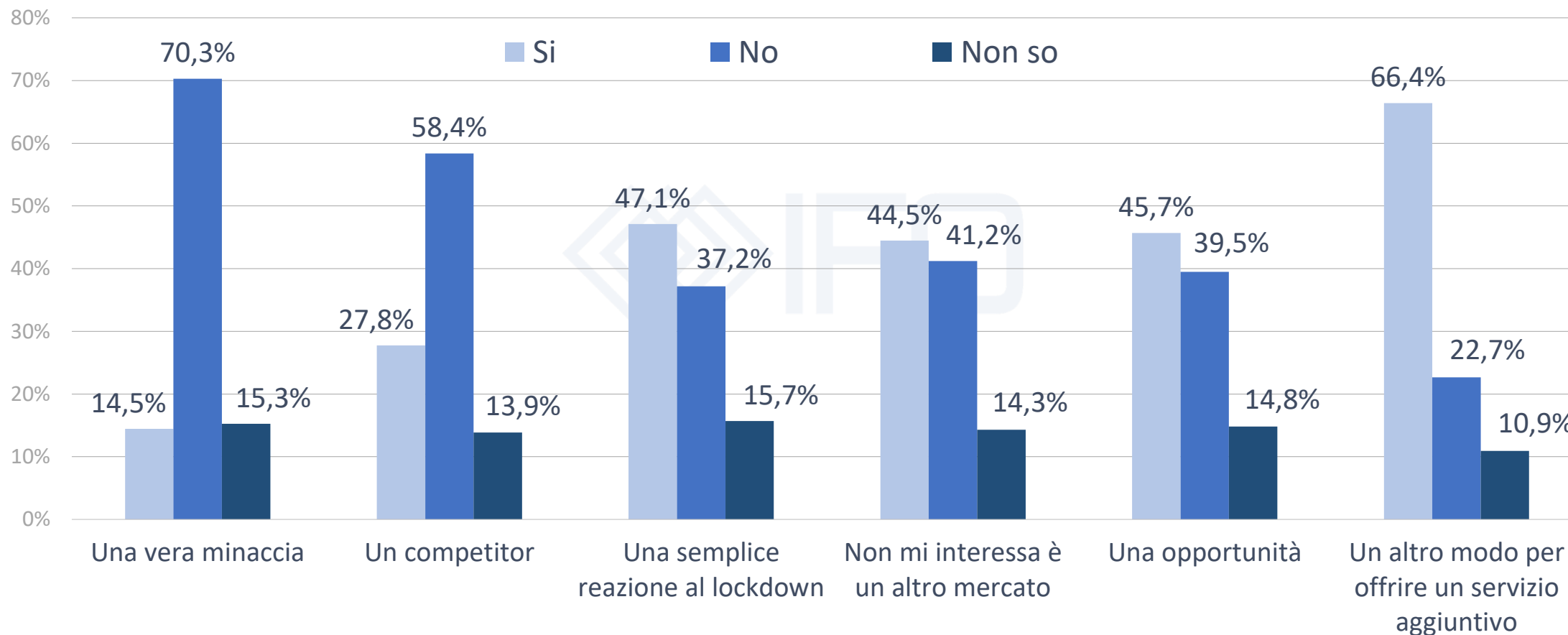
Oltre il 53% ritiene che siamo molto e moltissimo importanti. Il 36% li ritiene abbastanza importanti. Circa l'11% li ritiene o poco importanti o per nulla importanti

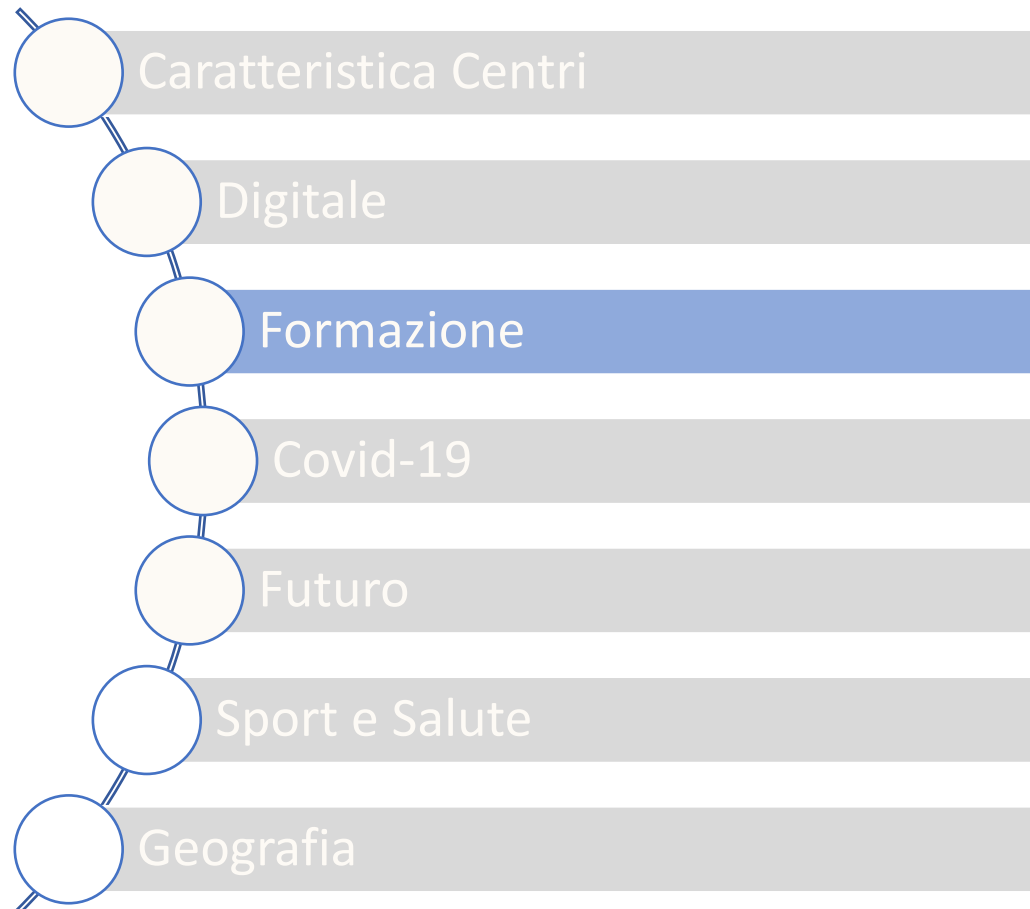
In generale quanto ritiene importante l'uso degli strumenti digitali?



Uno sguardo al futuro

Come considera il fitness on-line per il futuro del vostro Club?

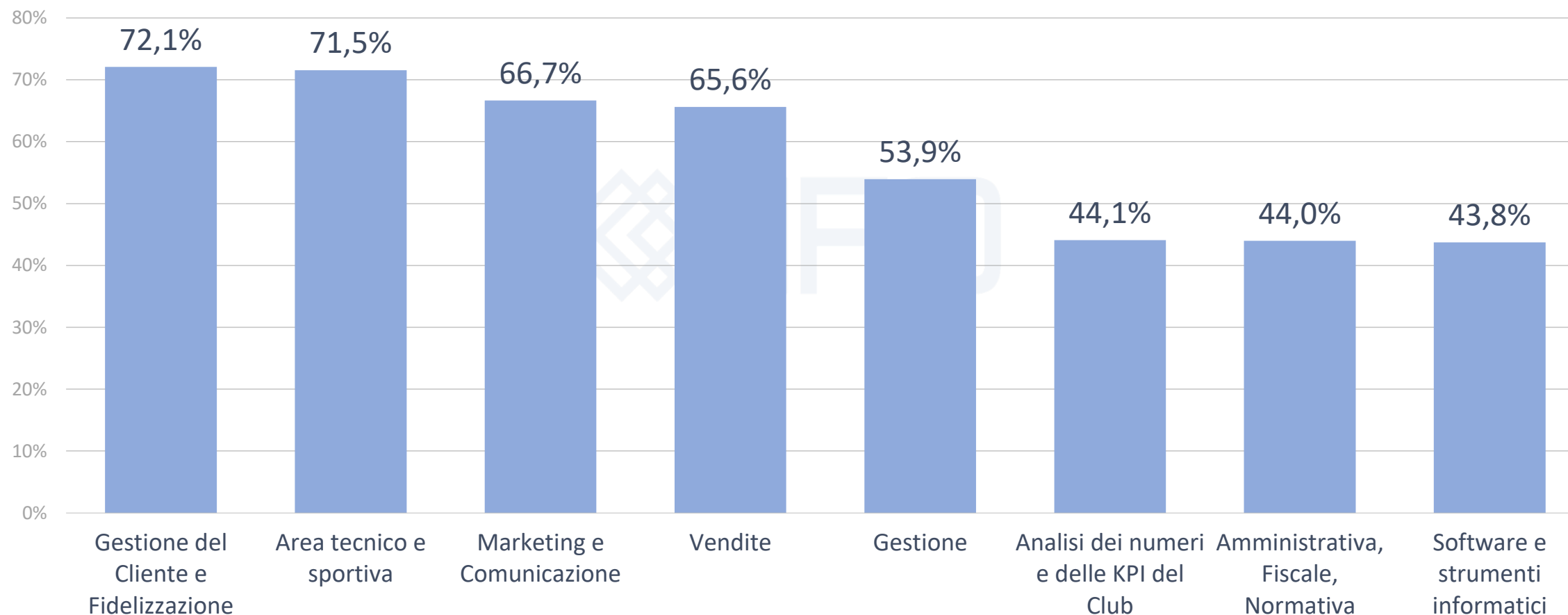






Formazione dello staff

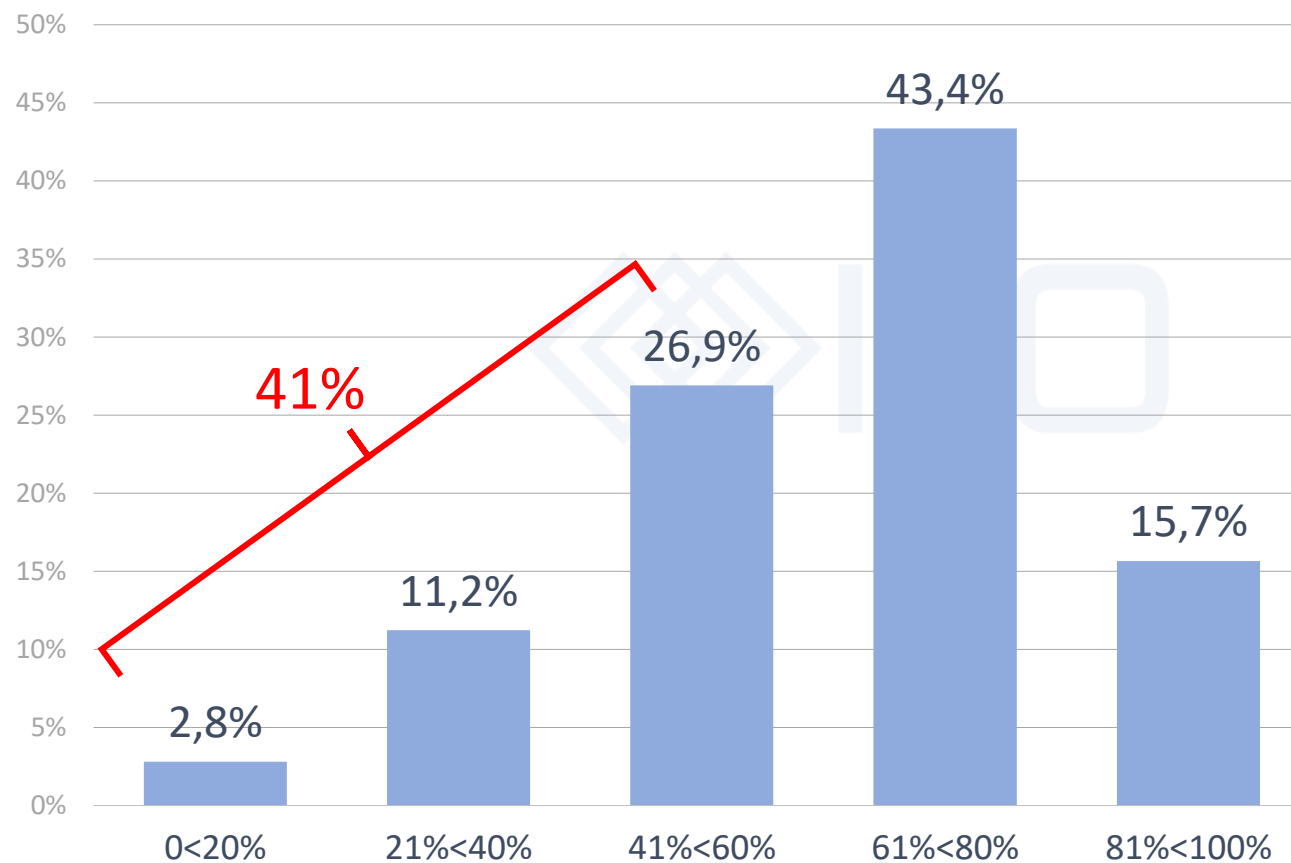
Formazione dello Staff del Club: su quali argomenti ritiene possa essere utile?

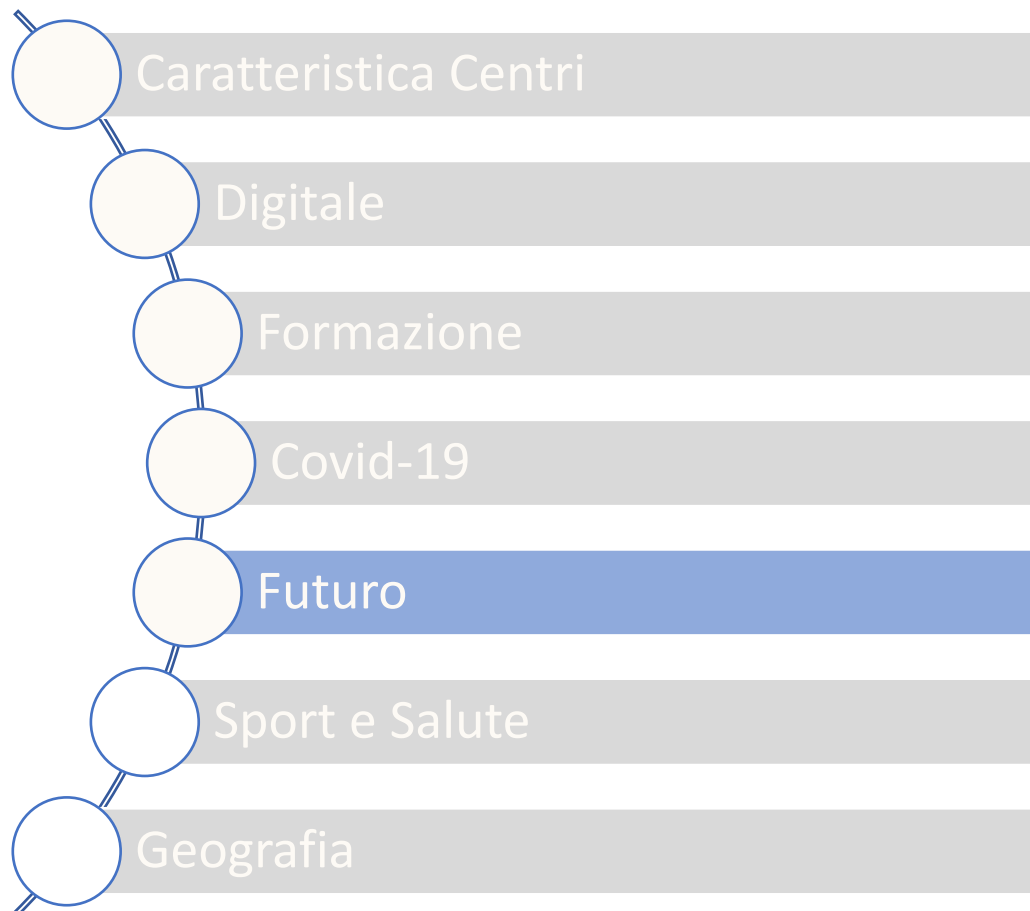


Fidelizzazione

Oltre il 41% ha una fidelizzazione inferiore al 60%.
È decisamente cresciuta rispetto agli anni scorsi la percentuale tra il 60/80% (43%) e addirittura, il 16% dei Club dichiara che oltre l'80% dei clienti rinnova l'abbonamento a scadenza.

Quale è la percentuale media di Clienti/Iscritti che rinnovano l'abbonamento a scadenza?



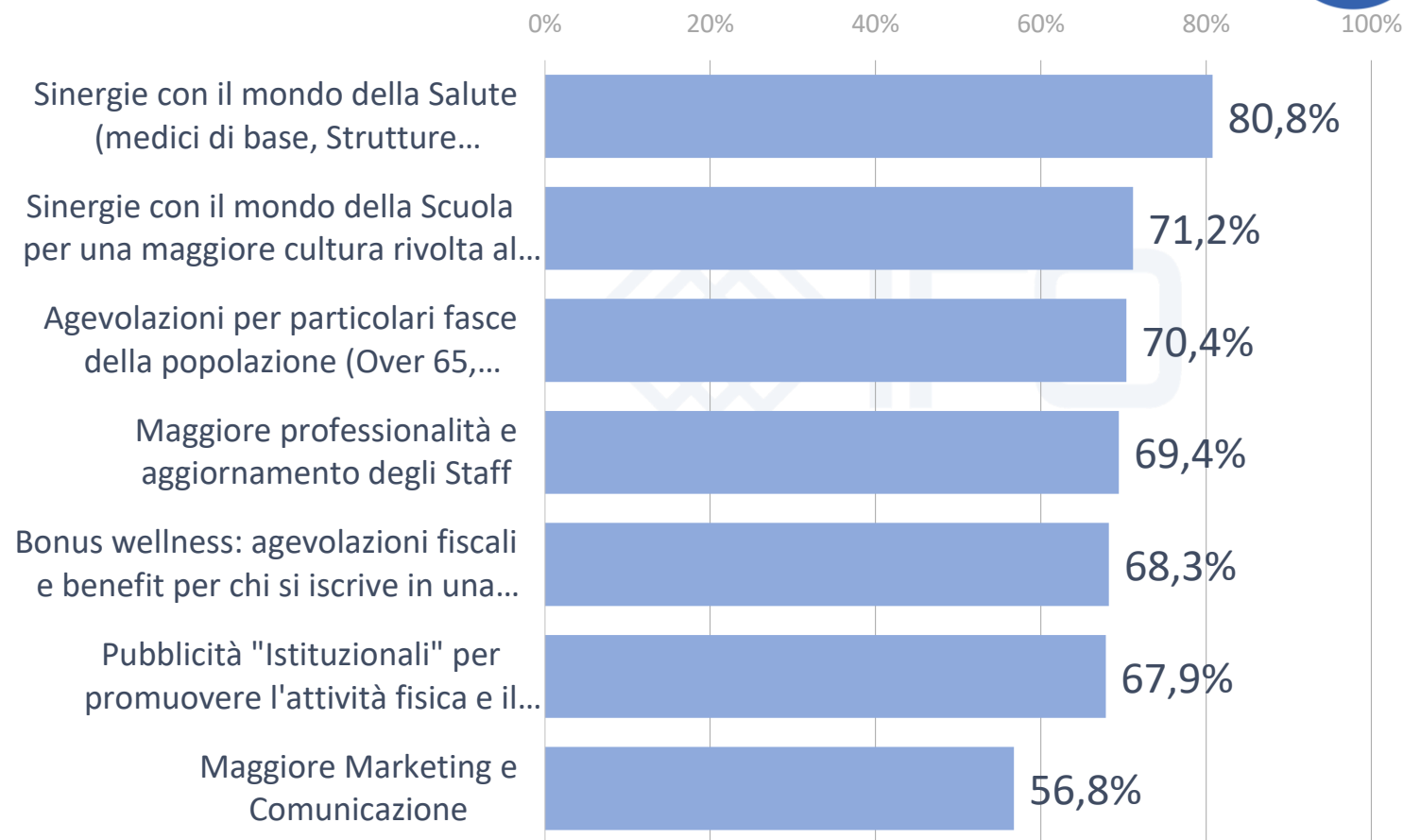




Sviluppo del settore

I Club credono molto nelle sinergie col mondo della salute (81%), con la Scuola (71,2%). Sicuramente agevolazioni anziani e per patologie (70%),. La formazione ricopre un ruolo importante (69%) e Bonus e agevolazioni fiscali potranno aiutare (68\$), oltre a promozioni istituzionali (68%). Ultimo aspetto maggiore marketing e comunicazione (57%)

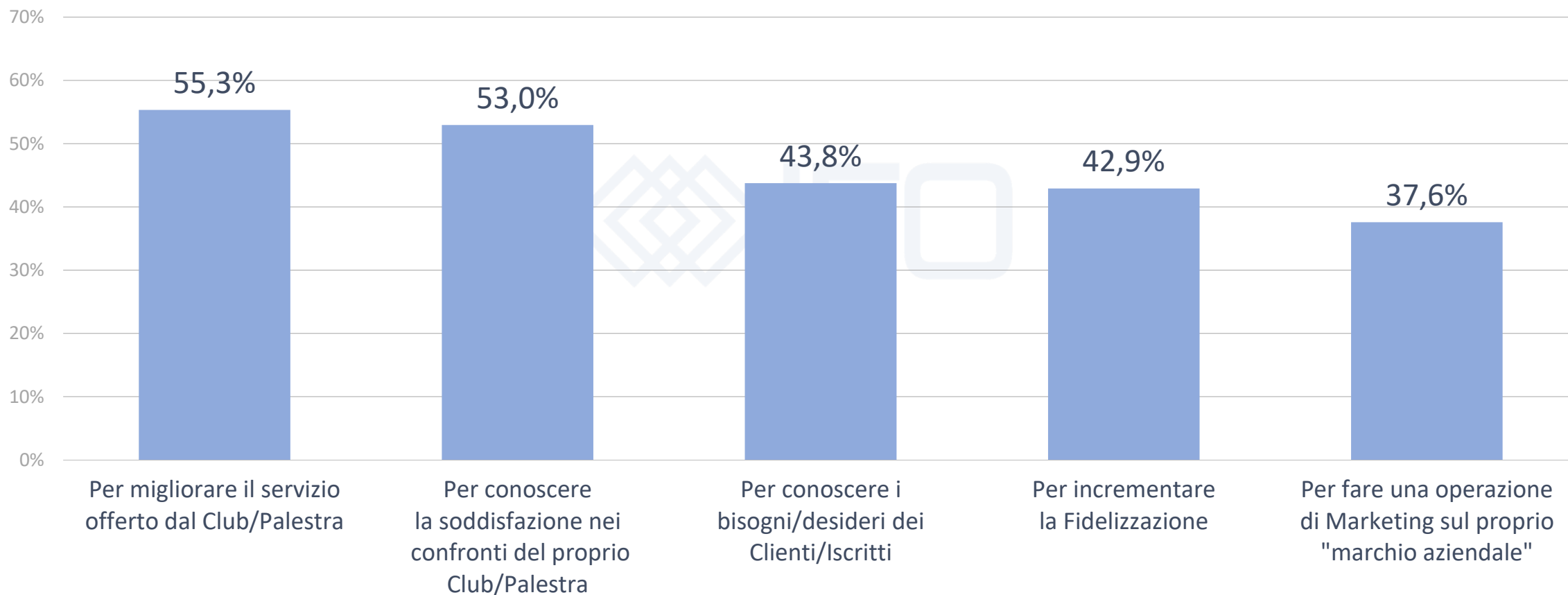
Per lo sviluppo del settore, quanto potrebbero essere importanti i seguenti aspetti? (*Molto + Moltissimo*)





Questionari

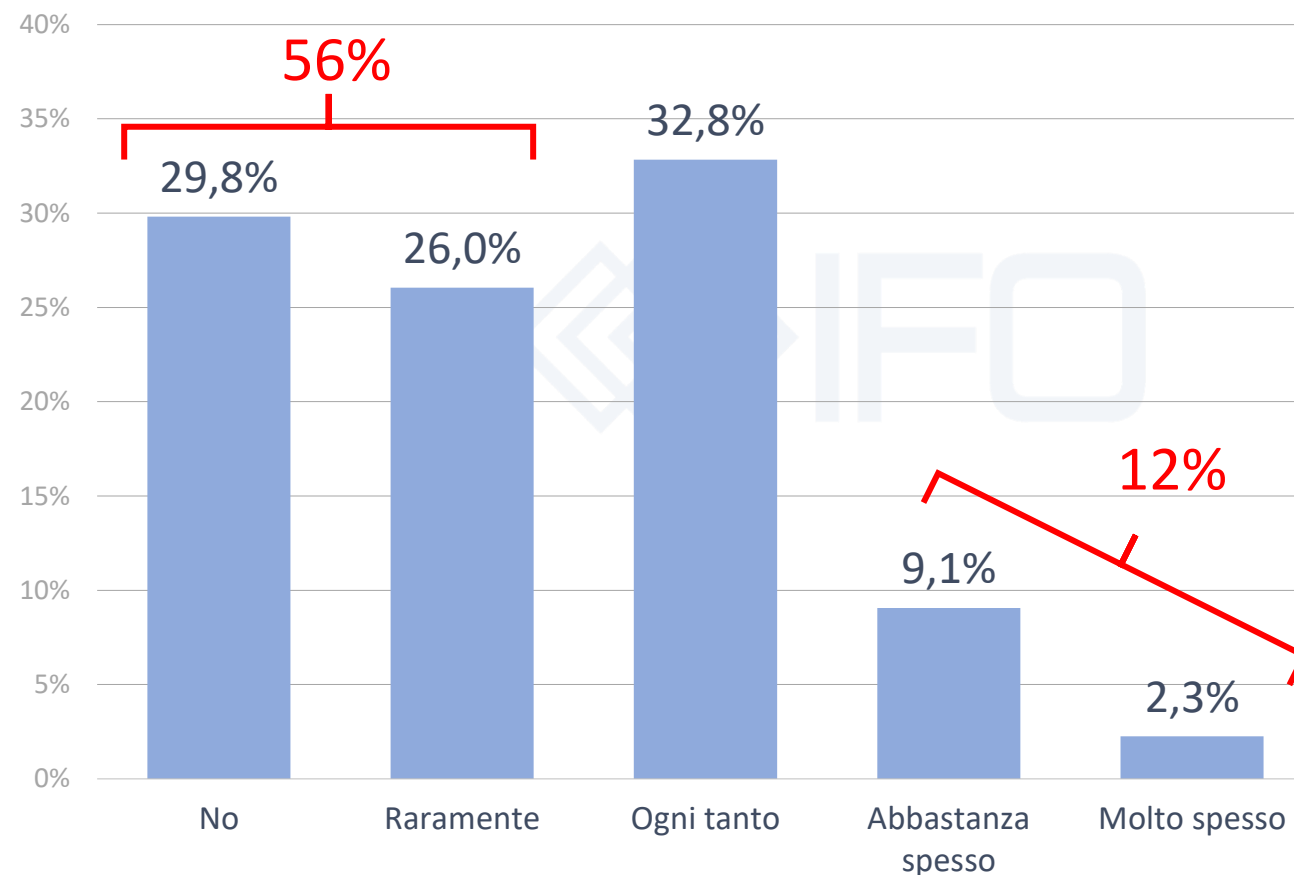
Quanto è, o potrebbe essere importante, rivolgere domande ai propri Clienti/Iscritti con un questionario??



Questionari o non questionari?

Il 30% dei Club non propone ai propri Clienti questionari per conoscere le loro opinioni. Il 26% li propone raramente e il 33% ogni tanto. Solo l'11% li propone abbastanza spesso e molto spesso.

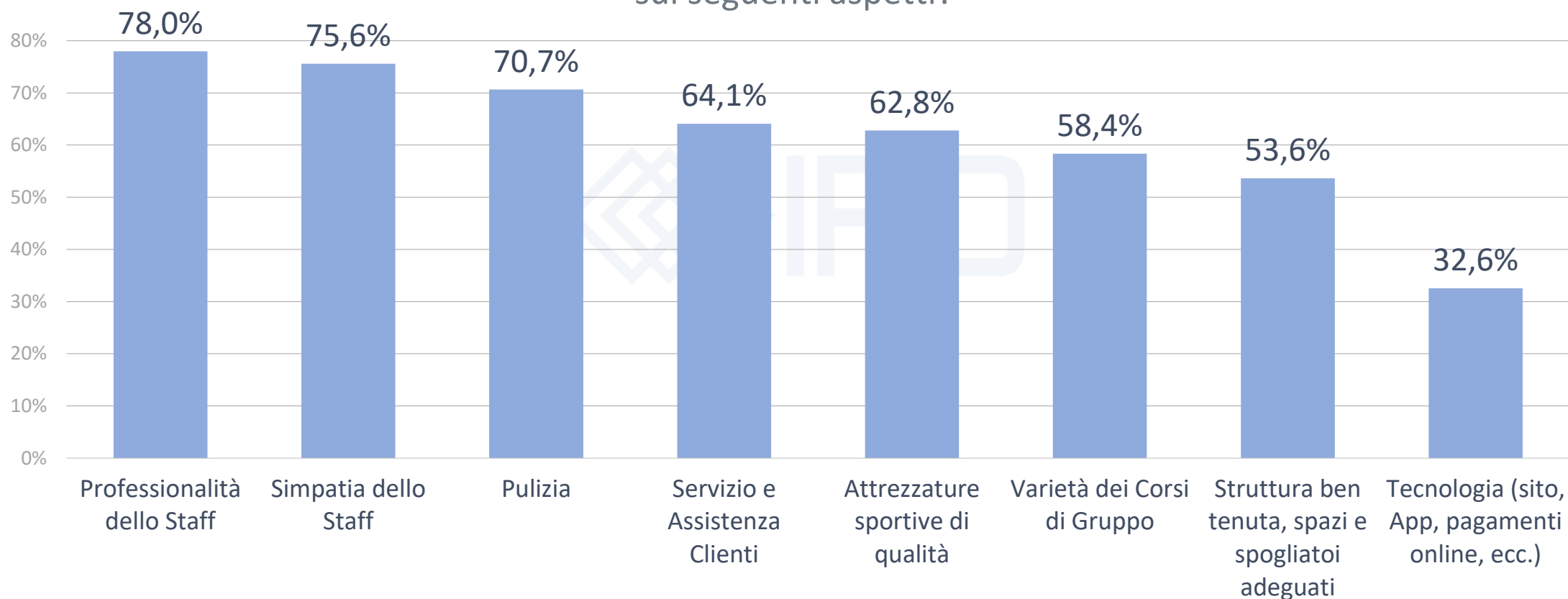
Fate questionari ai vostri Clienti per conoscere i loro bisogni e la loro soddisfazione?





Soddisfazione dei Club

Quanto sei soddisfatto del livello di qualità offerto dal tuo Club/palestra sui seguenti aspetti?





Dr. Paolo Menconi
IFO International Fitness Observatory

#SPORTPLUS

OSSERVATORIO WELLNESS

SPORT PLUS Fitness in Italia USER

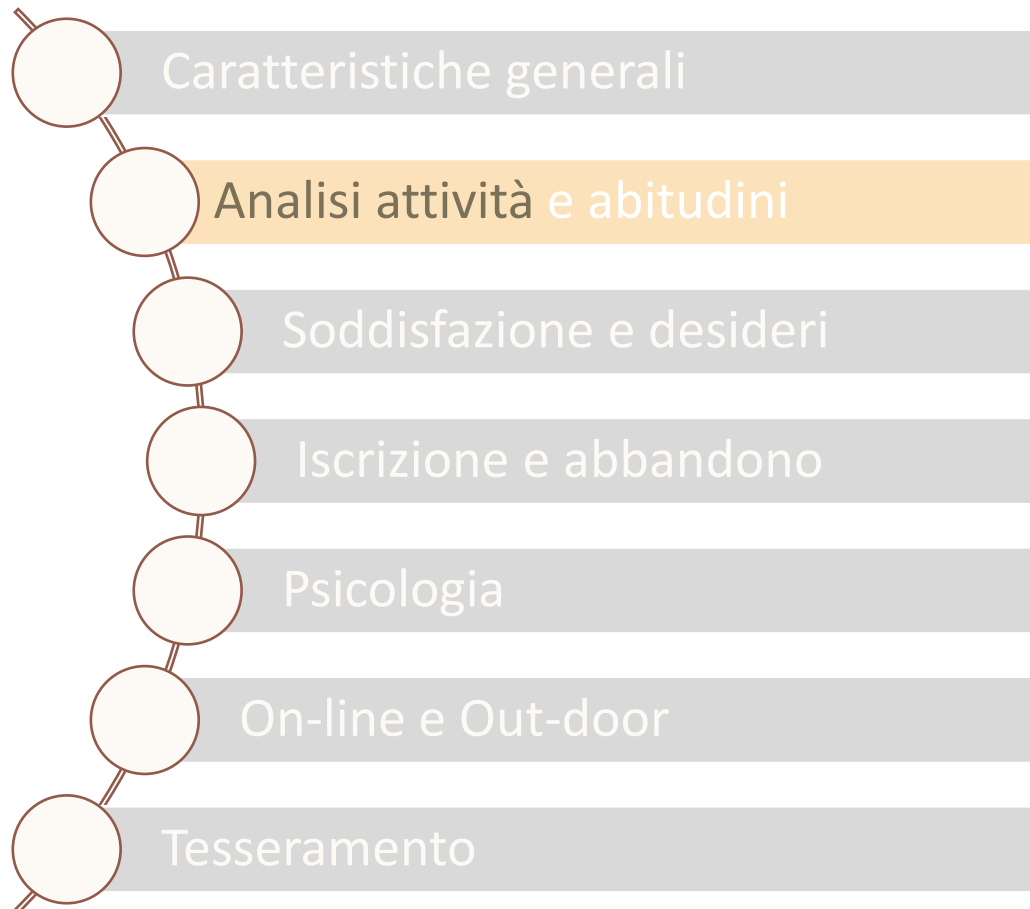
Ricerca di Mercato - Maggio 2023

 **SPORT
E SALUTE**

 **asi**
ASSOCIAZIONI
SPORTIVE SOCIALI
ITALIANE

 **CIWAS**
#UnitiPerLoSport
Confederazione
Italiana Wellness
e Attività Sportive
per la Salute

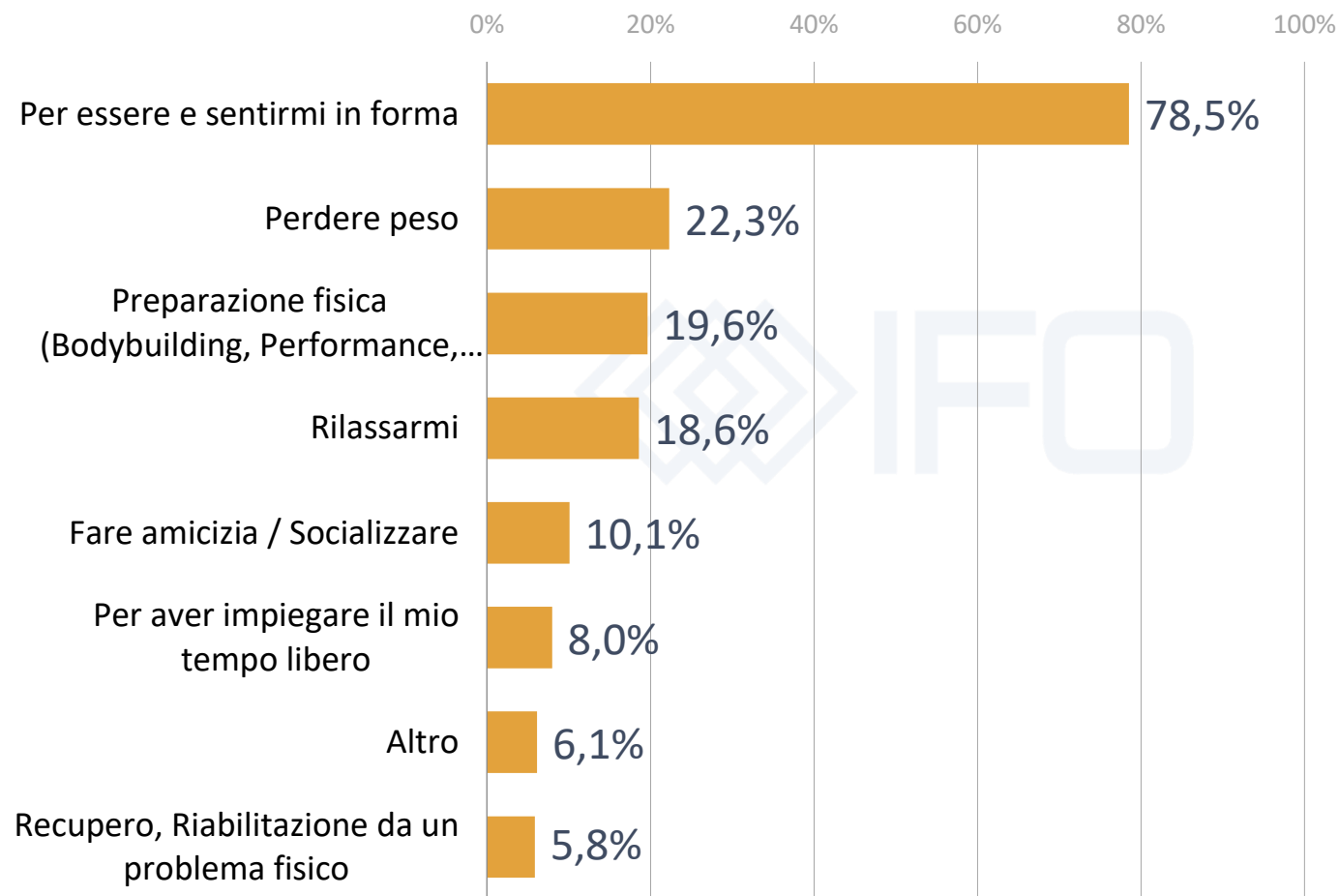
 **IFO**



Essere e sentirsi in forma

Circa il 78% vuole sentirsi ed essere in forma. Il 22% vuole perdere peso, quasi il 20% si prepara a per competizioni, e bodybuilding, il 19% lo fa per rilassarsi. Il 10% desidera socializzare e l'8% va in palestra per impiegare il tempo libero. Il 6% per svago, passione e anche per una riabilitazione.

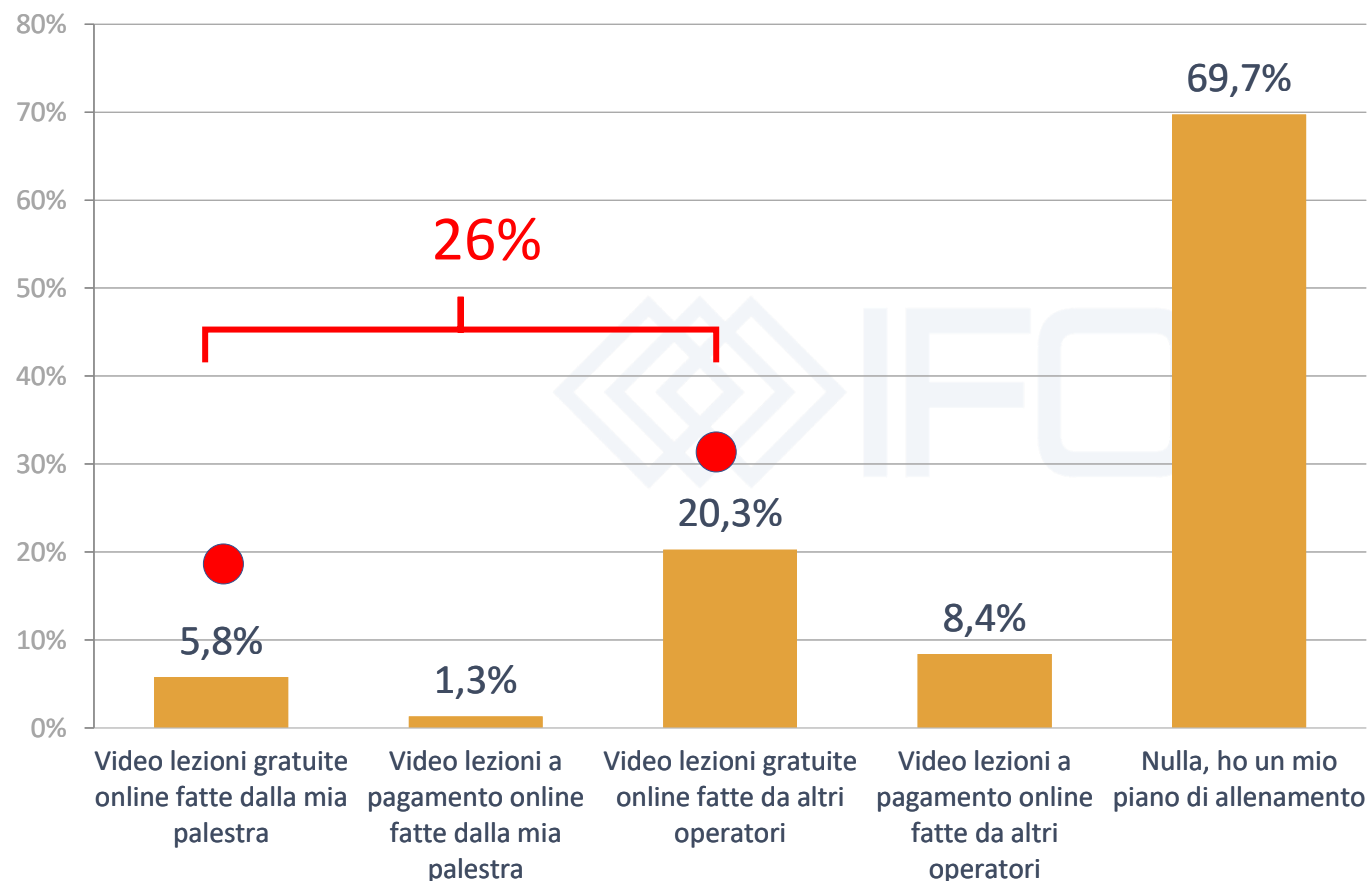
Perchè hai deciso di andare in palestra?



Usi App per allenarti?

Il 70% non usa app per allenarsi, mentre il 20% preferisce le videolezioni gratuite. L'8,4% segue videolezioni a pagamento e quasi il 6% segue lezioni gratuite del proprio Club.

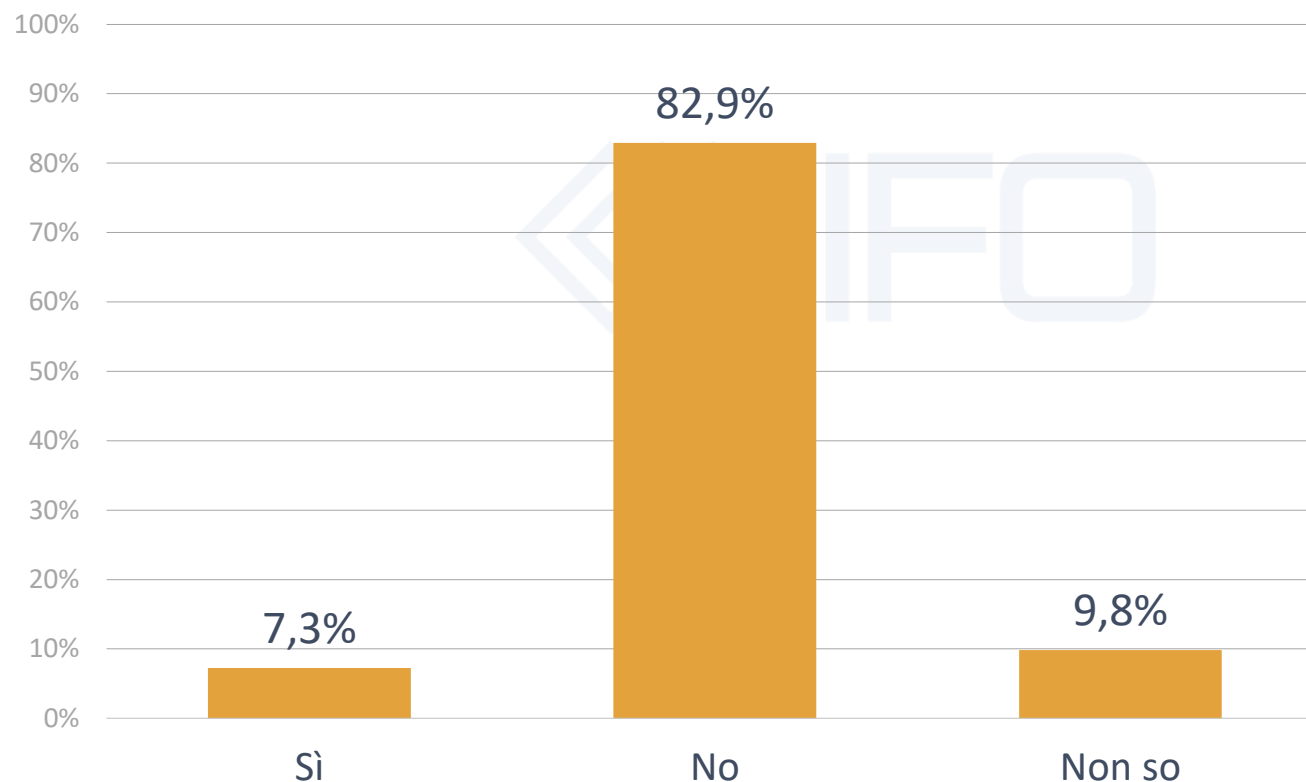
Stai utilizzando App per allenarti da casa/outdoor?

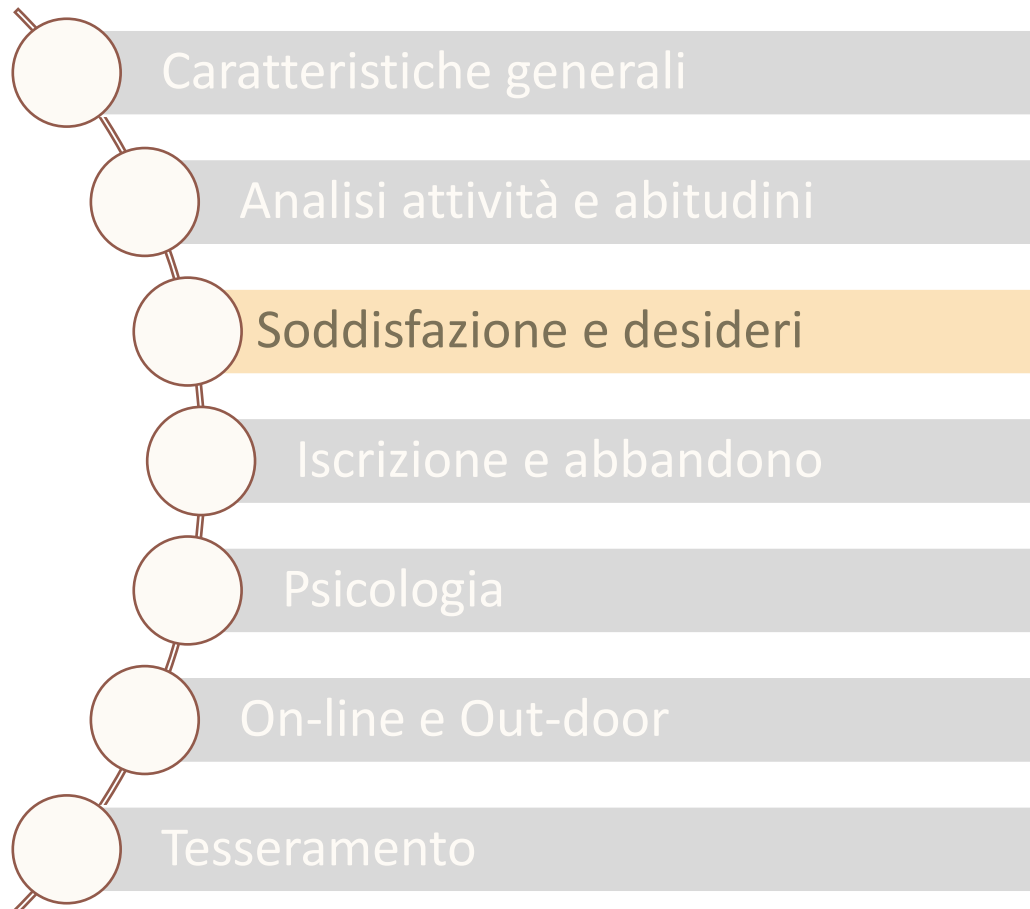


Istruttore o non istruttore?

Circa l'83% ritiene che un vero istruttore non possa essere sostituito da attività on-line.

Le attività on-line possono sostituire completamente un "vero istruttore"?

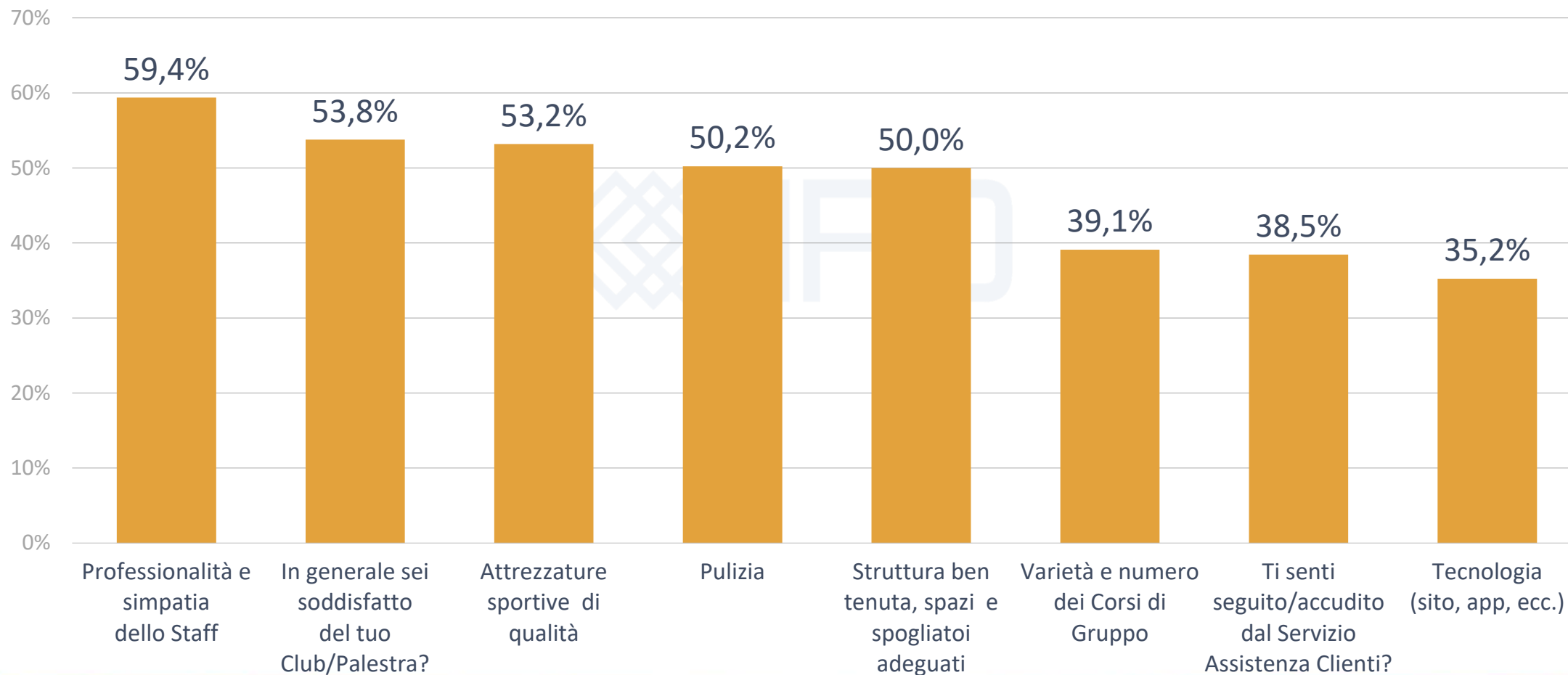




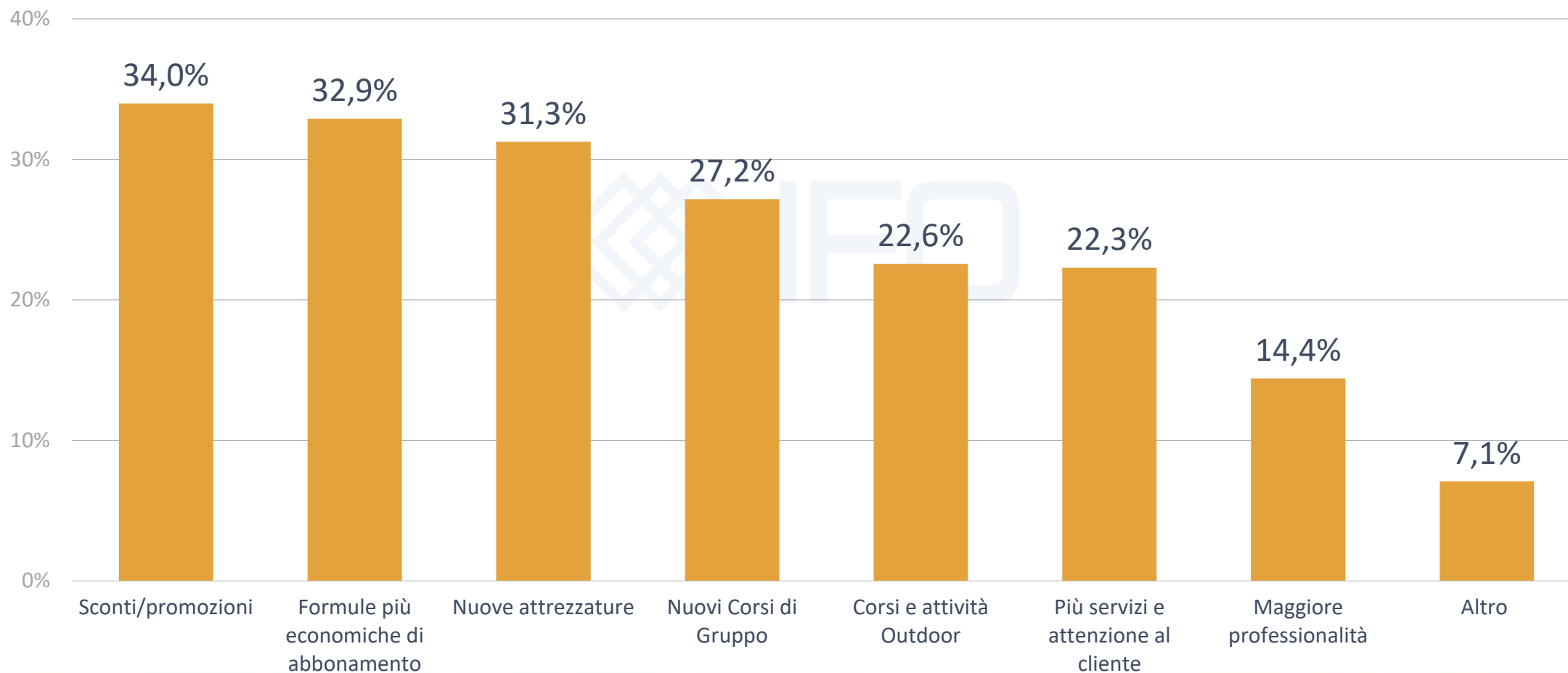


Soddisfazione del Cliente

Di quali cose sei soddisfatto della tua palestra/Club?

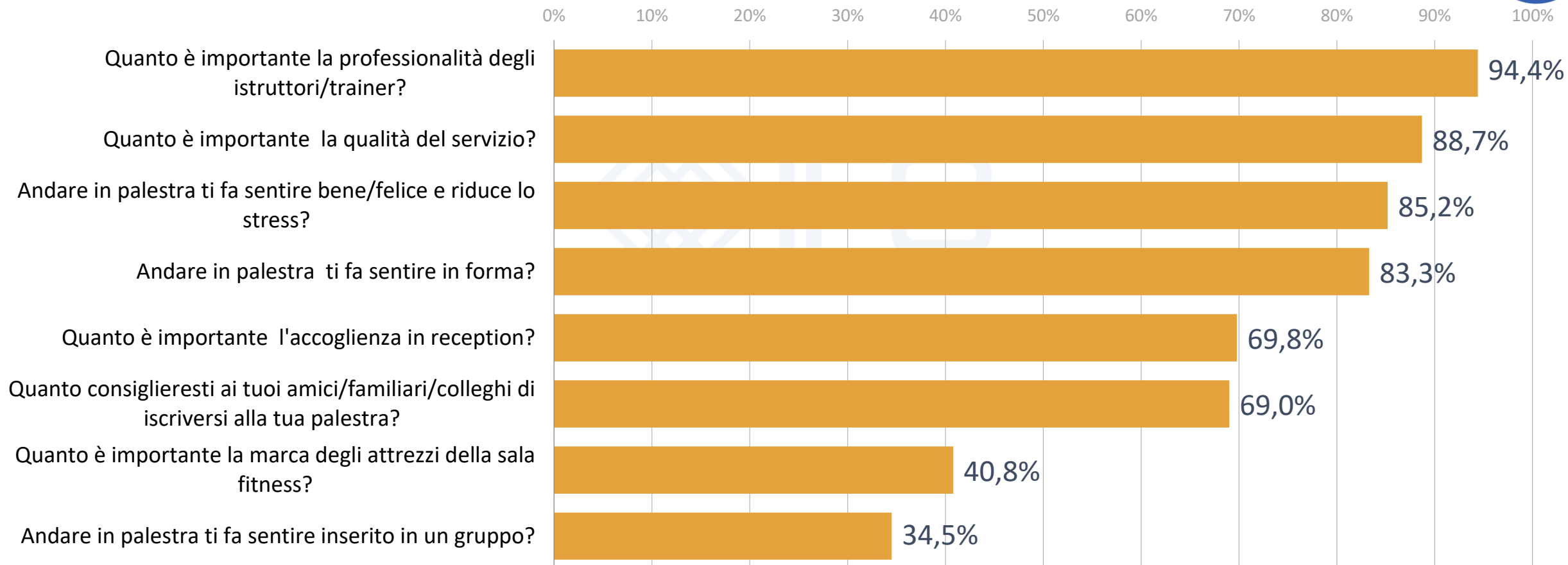


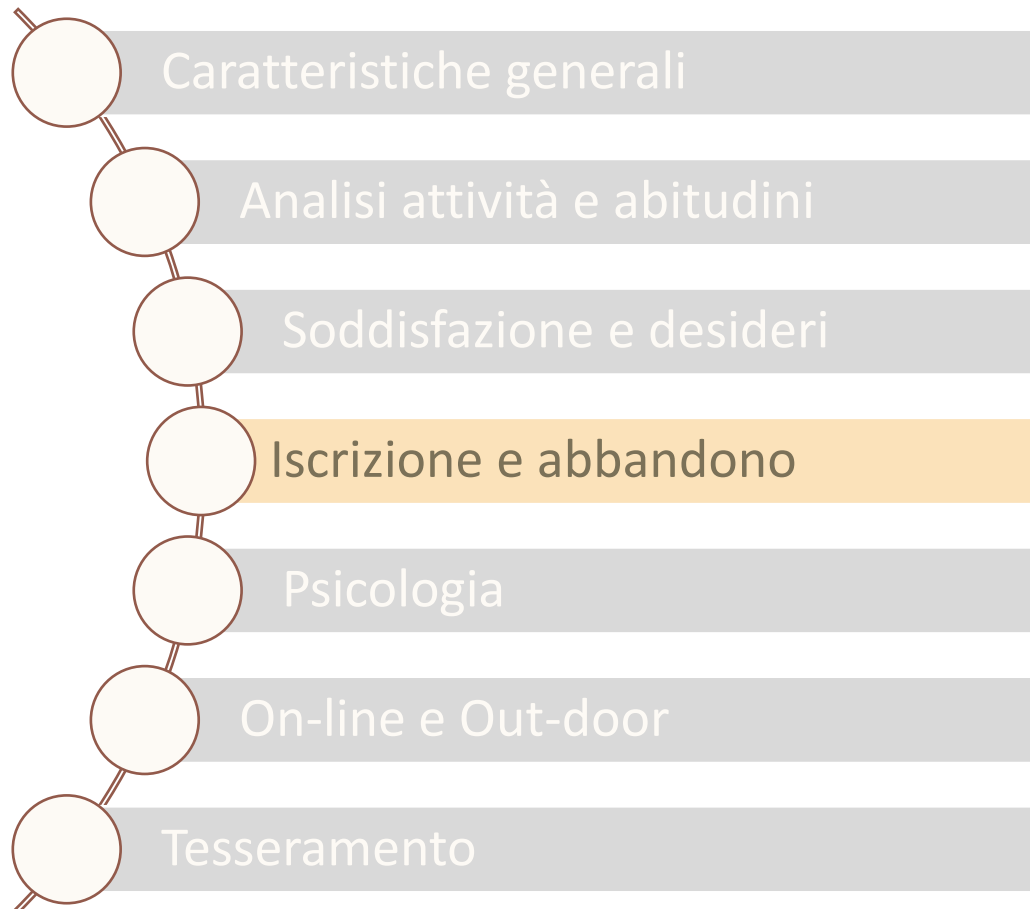
Che cosa chiedono gli iscritti Che cosa vorresti di nuovo/diverso?



Affermazioni

In generale, valuta le seguenti affermazioni
(Aggregati Molto + Moltissimo)

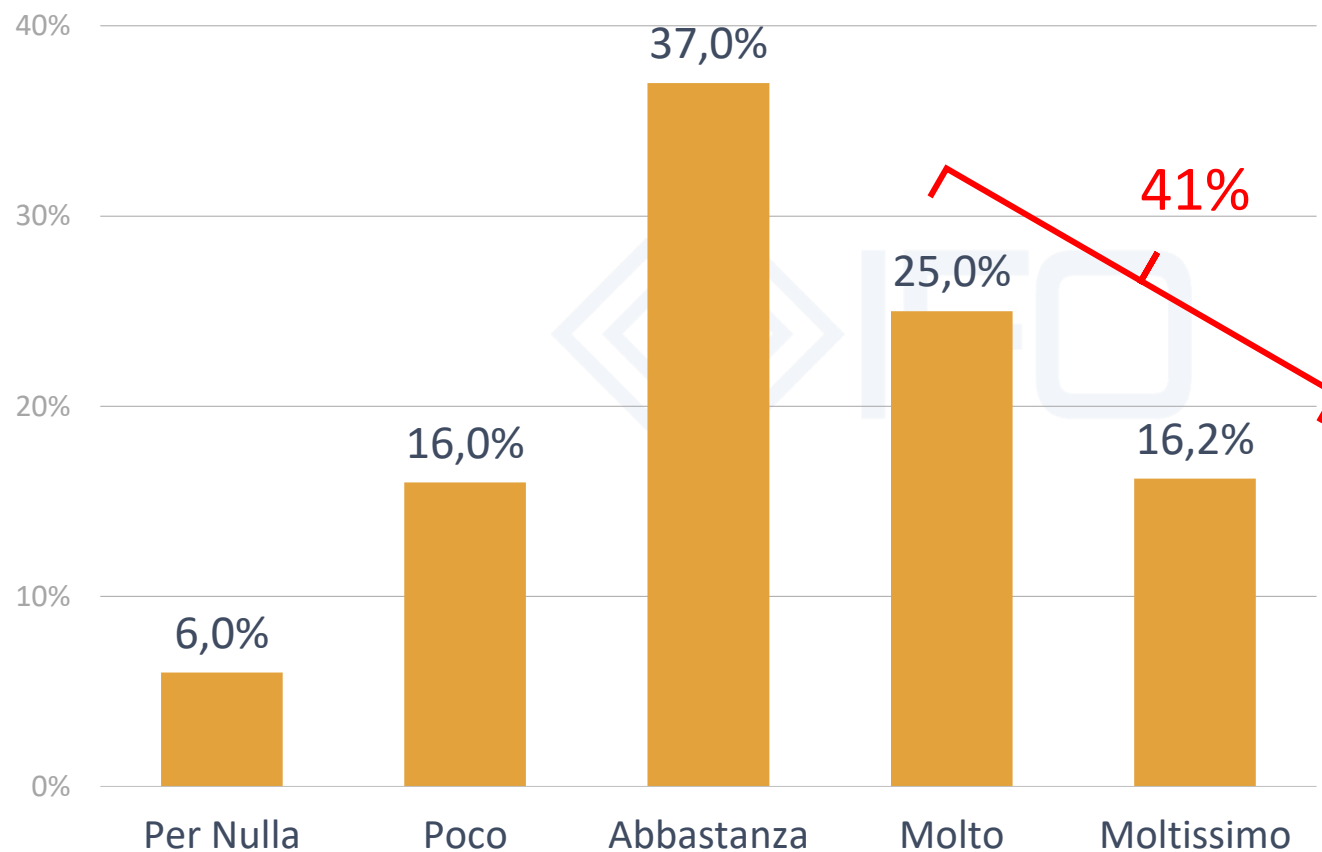




Quanto lei legato alla tua palestra?

Il 41% si sente legato (Molto + Moltissimo) al proprio Club. Più di un terzo è abbastanza legato, mentre oltre il 22% è poco legato o per nulla.

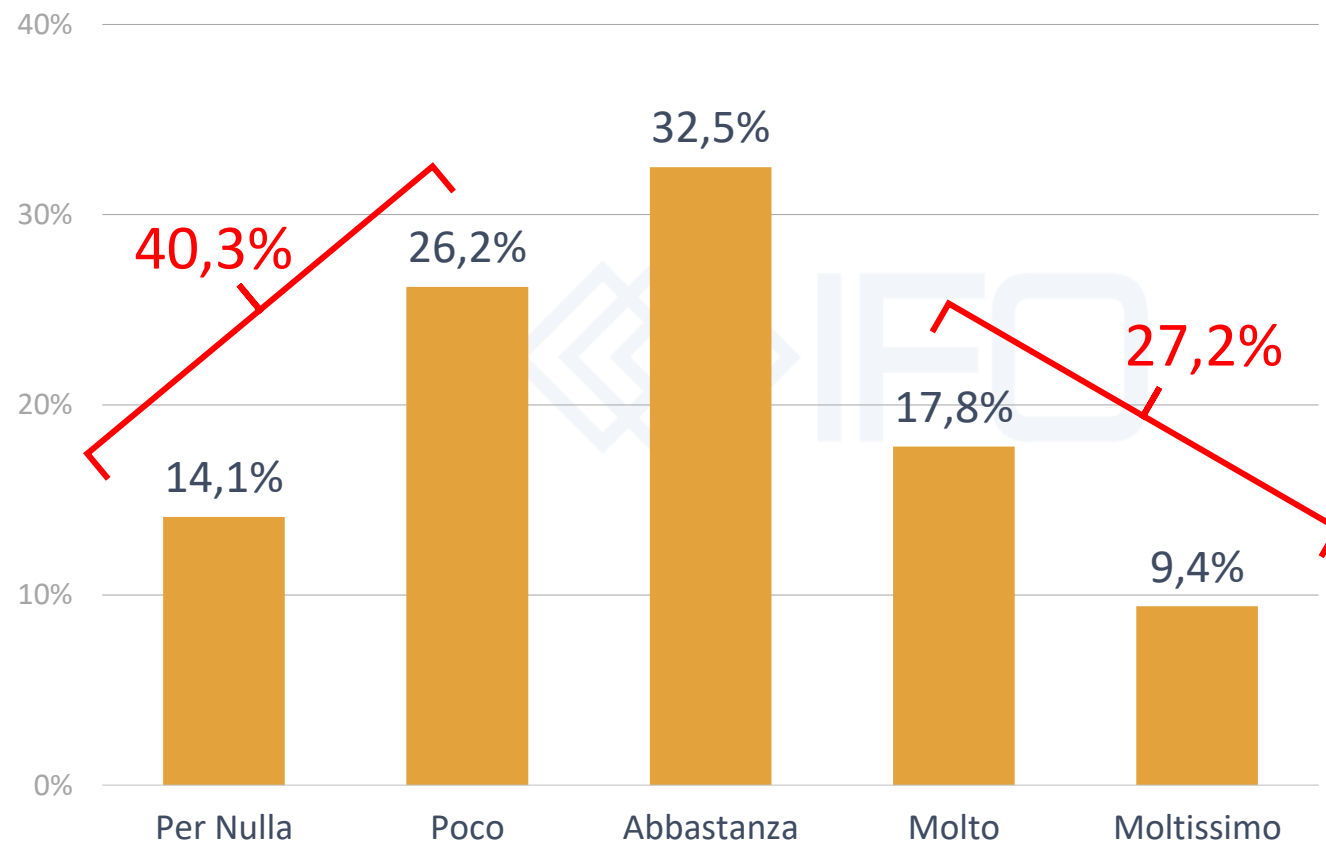
Quanto sei o ti senti legato alla tua palestra/Club?



Ti piacerebbe cambiare palestra?

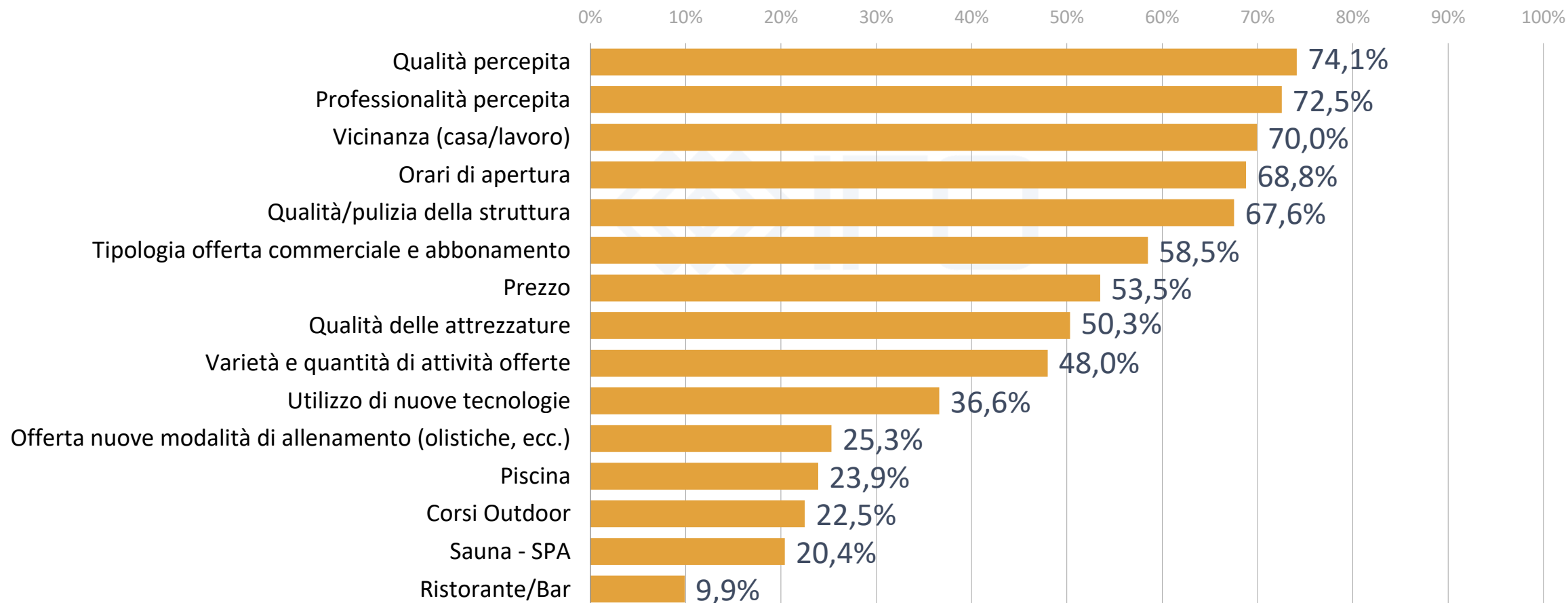
Il 27,2% è interessato (molto + moltissimo) a provare un nuovo Club. Circa un terzo (32,5) è abbastanza interessato, mentre oltre il 40% non lo è.

Ti piace e/o sei interessato a provare periodicamente nuove palestre/club?



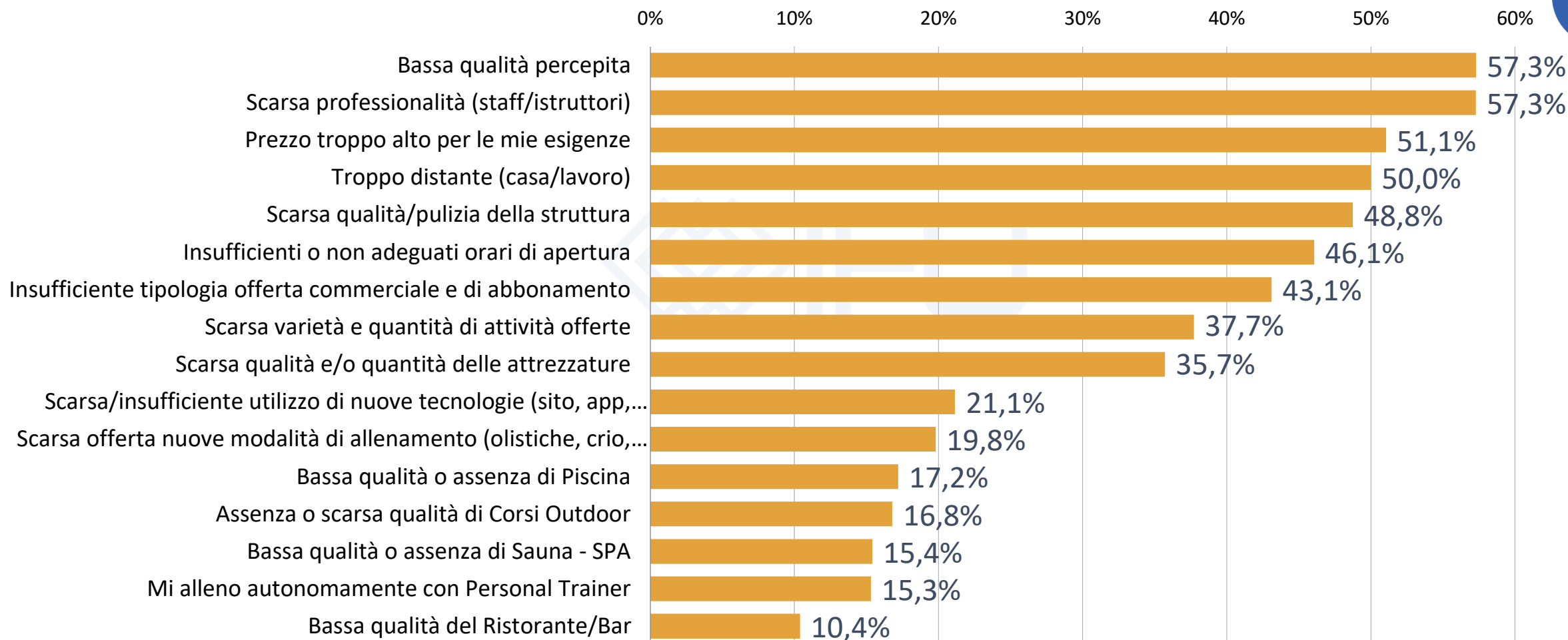
Come l'hai scelta?

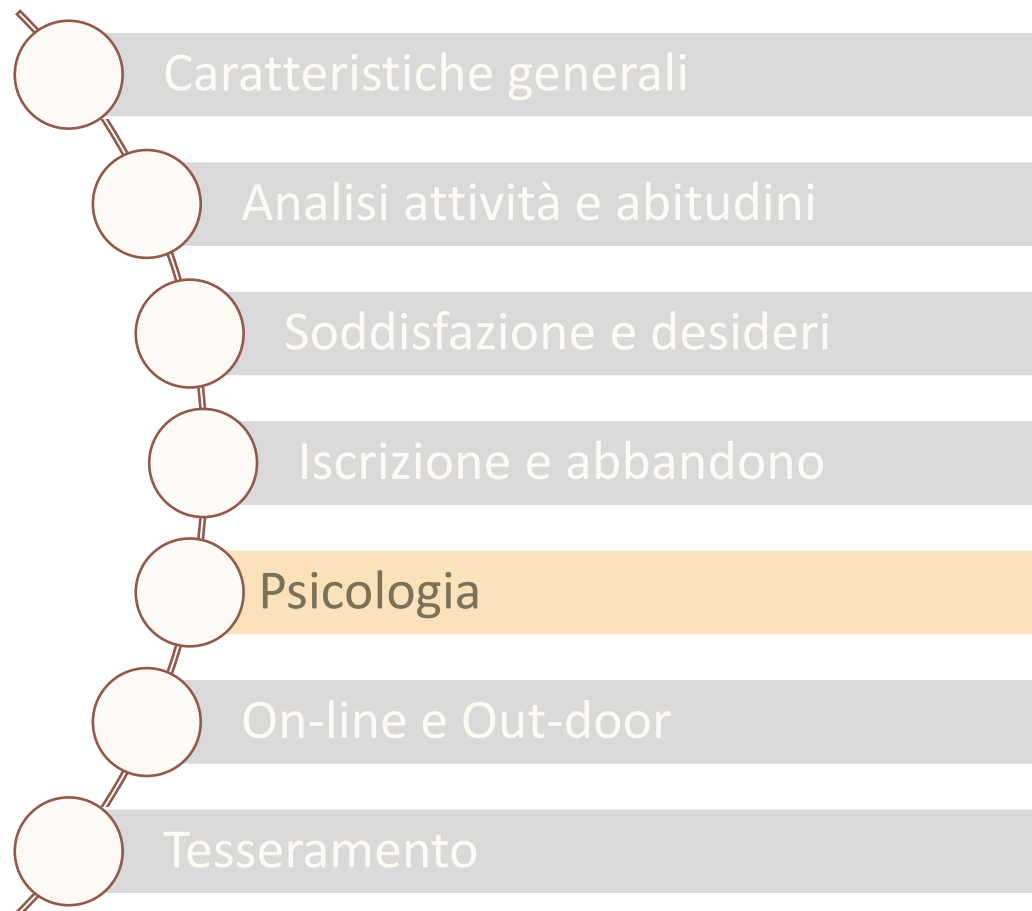
Quanto sono stati importanti questi criteri per scegliere la tua palestra/club?
(Aggregati Molto + Moltissimo)



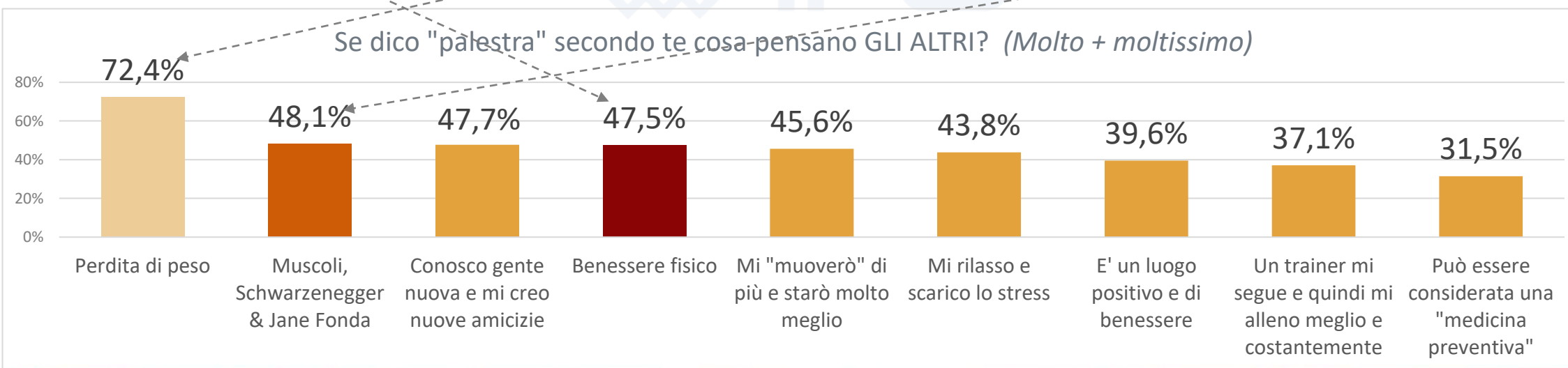
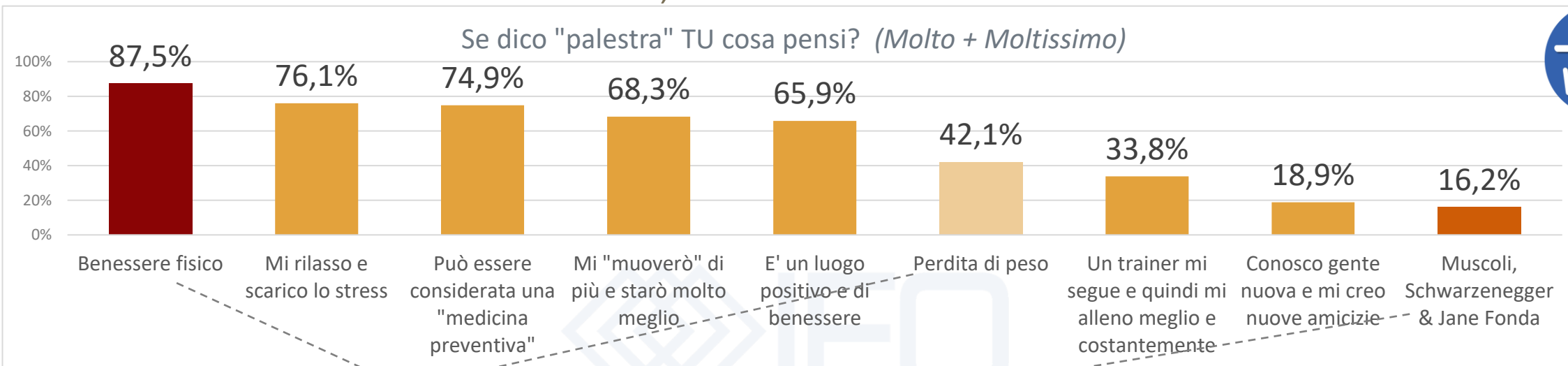
Perché ti sei disiscritto?

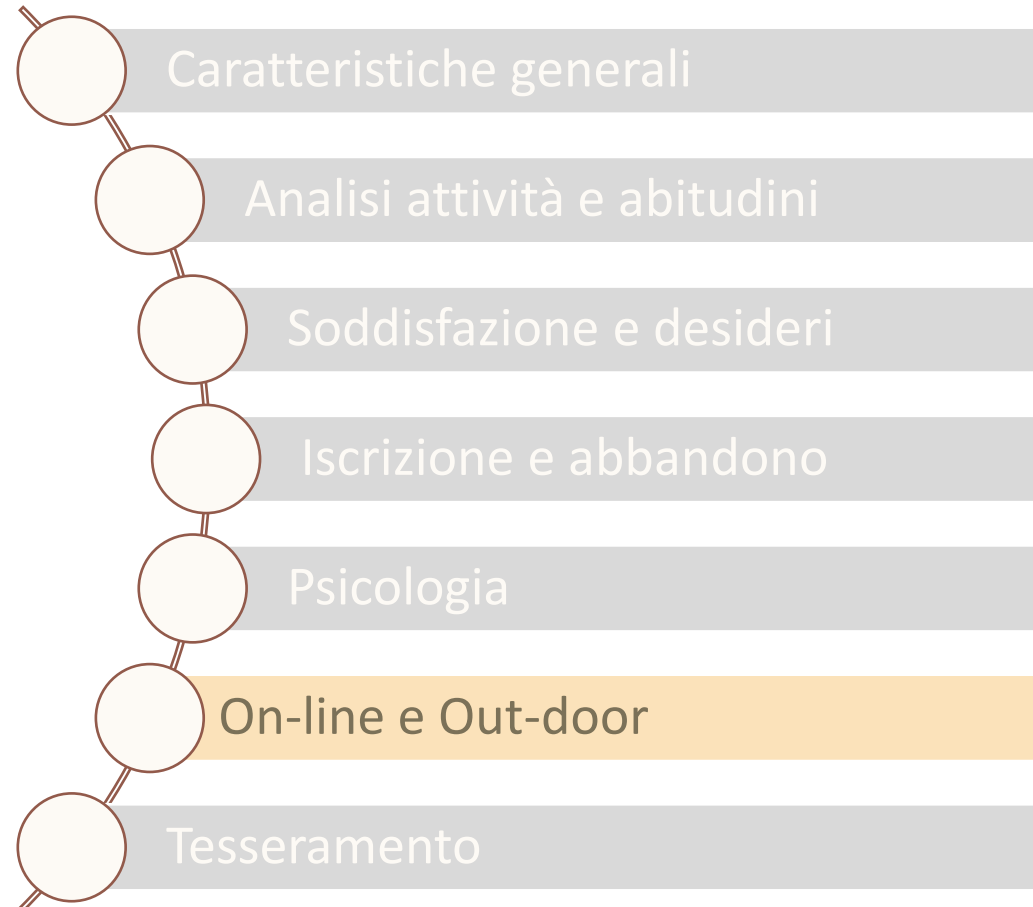
Se ti sei disiscritto da una palestra/club quanto sono stati importanti questi criteri?





Se dico Palestra, TU e GLI ALTRI a confronto





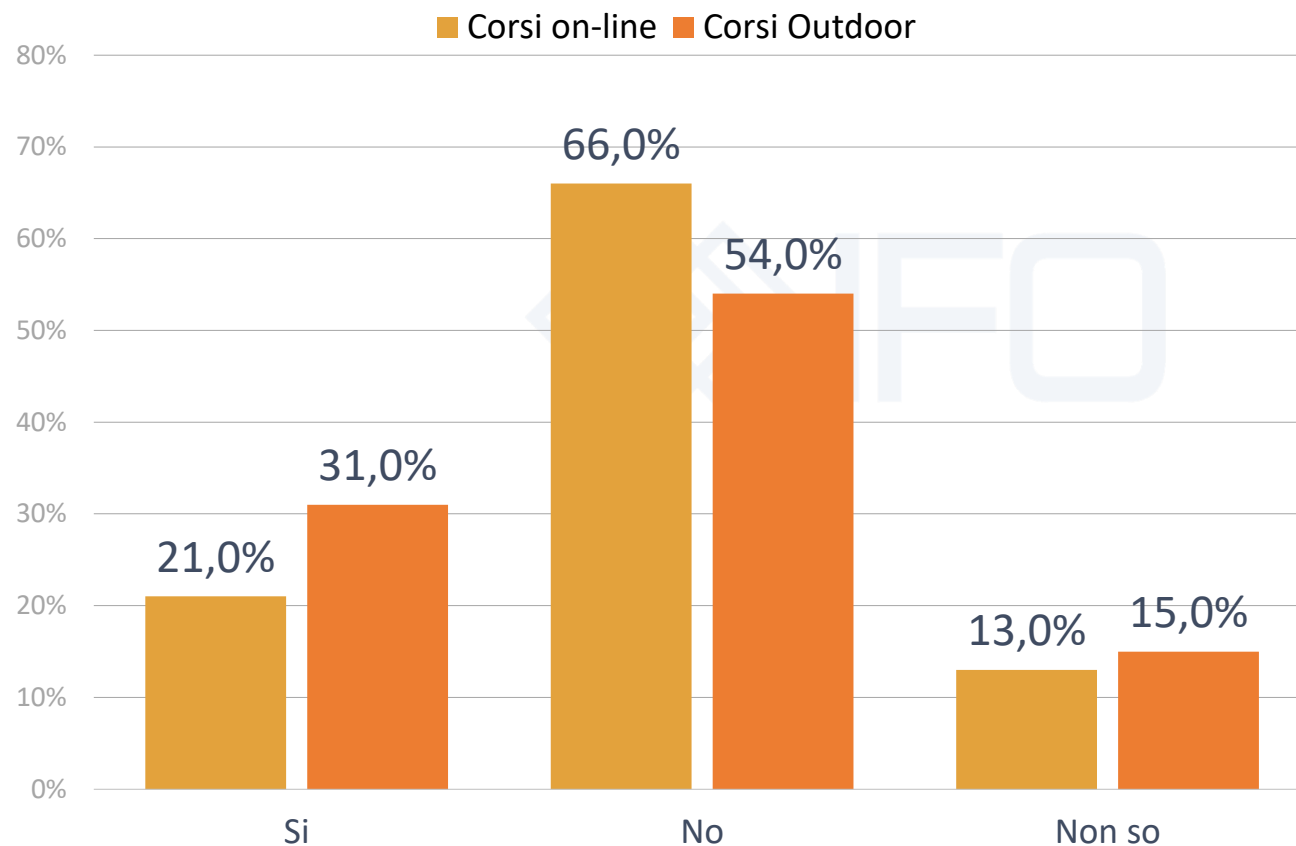
Corsi on-line e corsi out-door nel futuro

Sia per i Corsi on-line che out-door, la maggioranza non si dichiara interessata.

C'è una maggiore propensione di favorevoli per i corsi out-door 31%, rispetto all'on-line (21%).

Gli indecisi sono tra il 13% e il 15%.

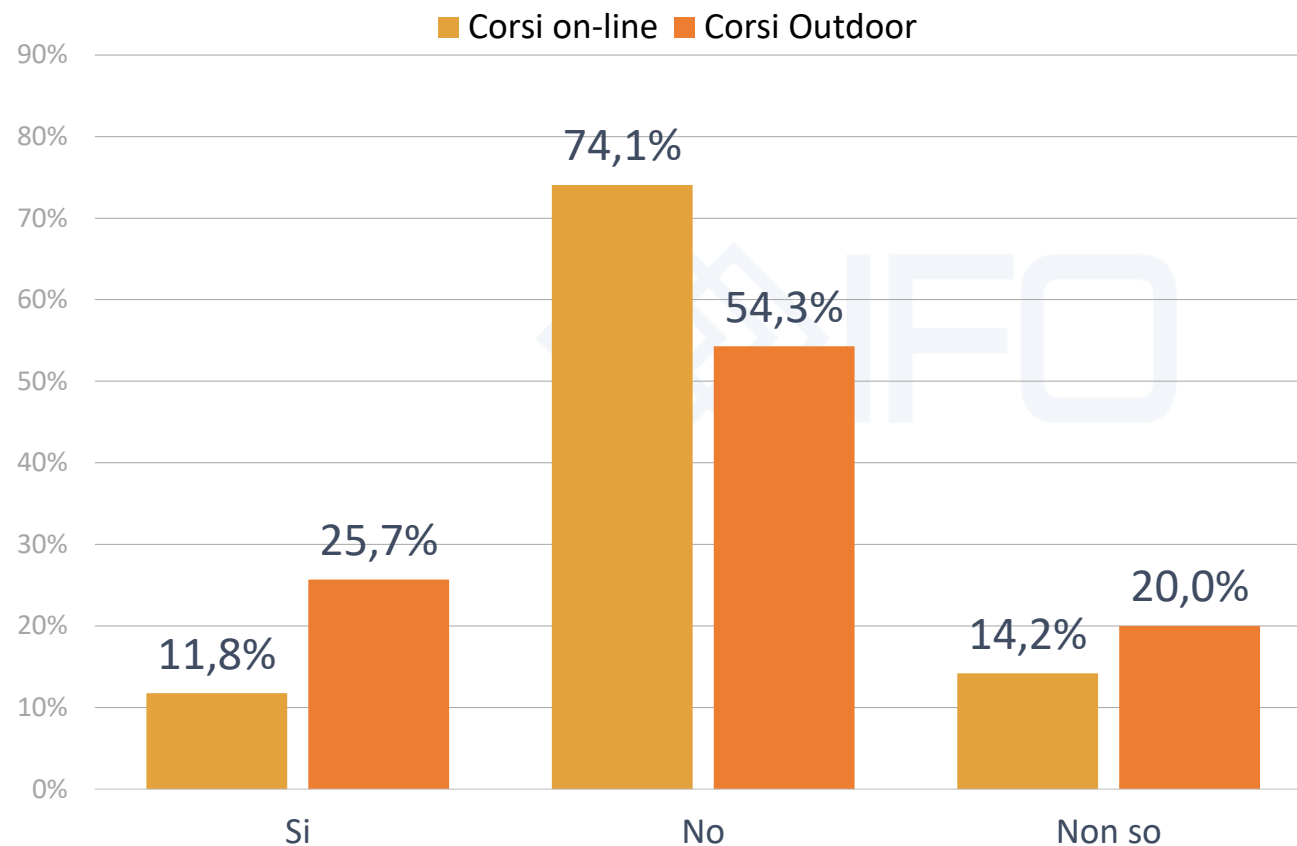
Attualmente segui o seguiresti qualche corso on-line e/o outdoor della tua palestra?



Corsi on-line
e corsi out-door
nel futuro:
se fosse una parte
dell'abbonamento?

Oltre il 74% non pagherebbe
una quota parte per corsi on-line.
Il 54% non pagherebbe
per corsi out-door.
C'è un maggiore interesse
per i corsi out-door 26%,
mentre per l'on-line solo il 12%.
Gli indecisi sono tra il 14% e il 20%.

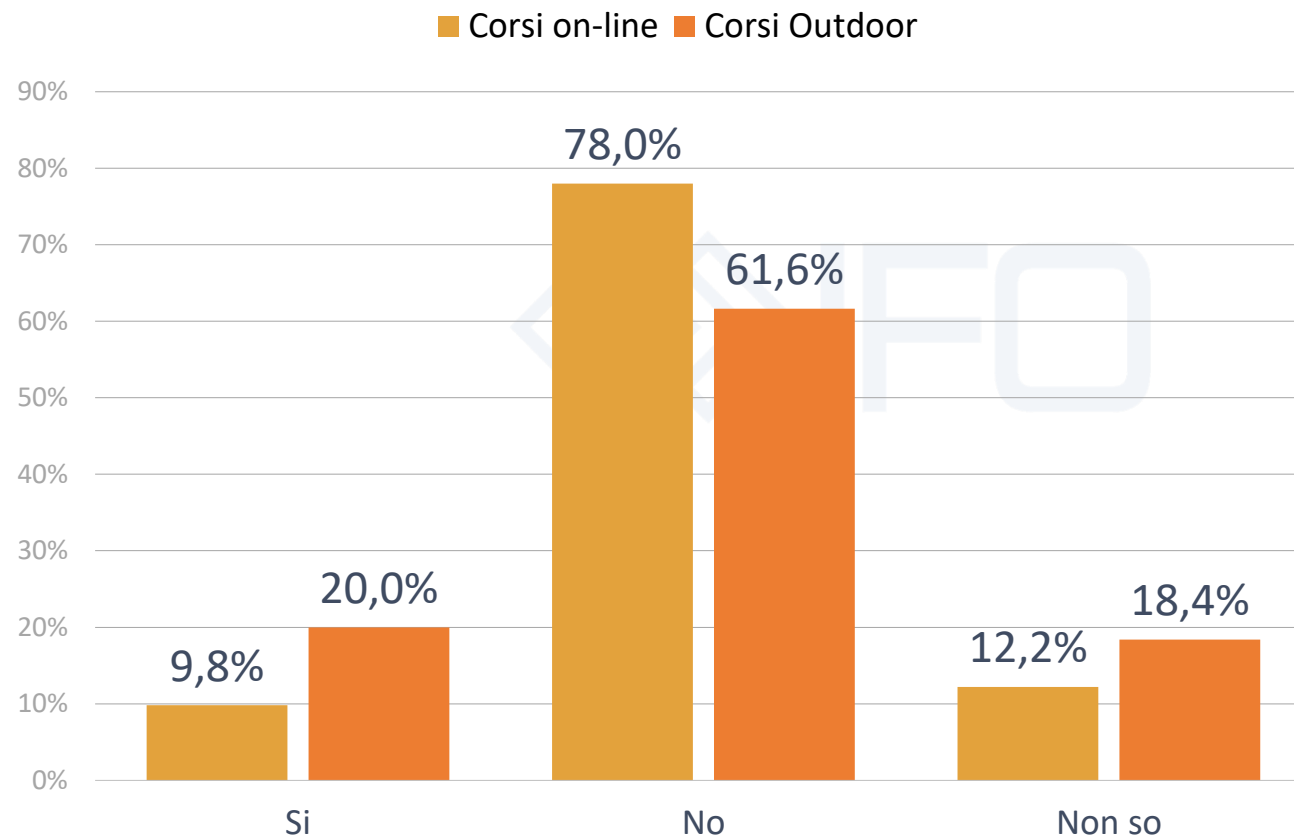
Nel tuo abbonamento saresti disposto a pagare
"una quota parte" per Corsi on-line e/o outdoor?



Abbonamenti on-line e corsi out-door nel futuro

Oltre il 78% non è interessato ad un abbonamento per corsi on-line e il 62% per corsi out-door. C'è un maggiore interesse per un abbonamento con corsi out-door 20%, mentre per l'on-line solo il 10%. Gli indecisi sono tra il 12% e il 18%.

Potresti essere interessato ad un abbonamento alla tua palestra esclusivamente on-line e/o outdoor?





Dr. Paolo Menconi
IFO International Fitness Observatory

#SPORTPLUS

OSSERVATORIO WELLNESS

SPORT PLUS Fitness in Italia NON USER

Ricerca di Mercato - Aprile 2023

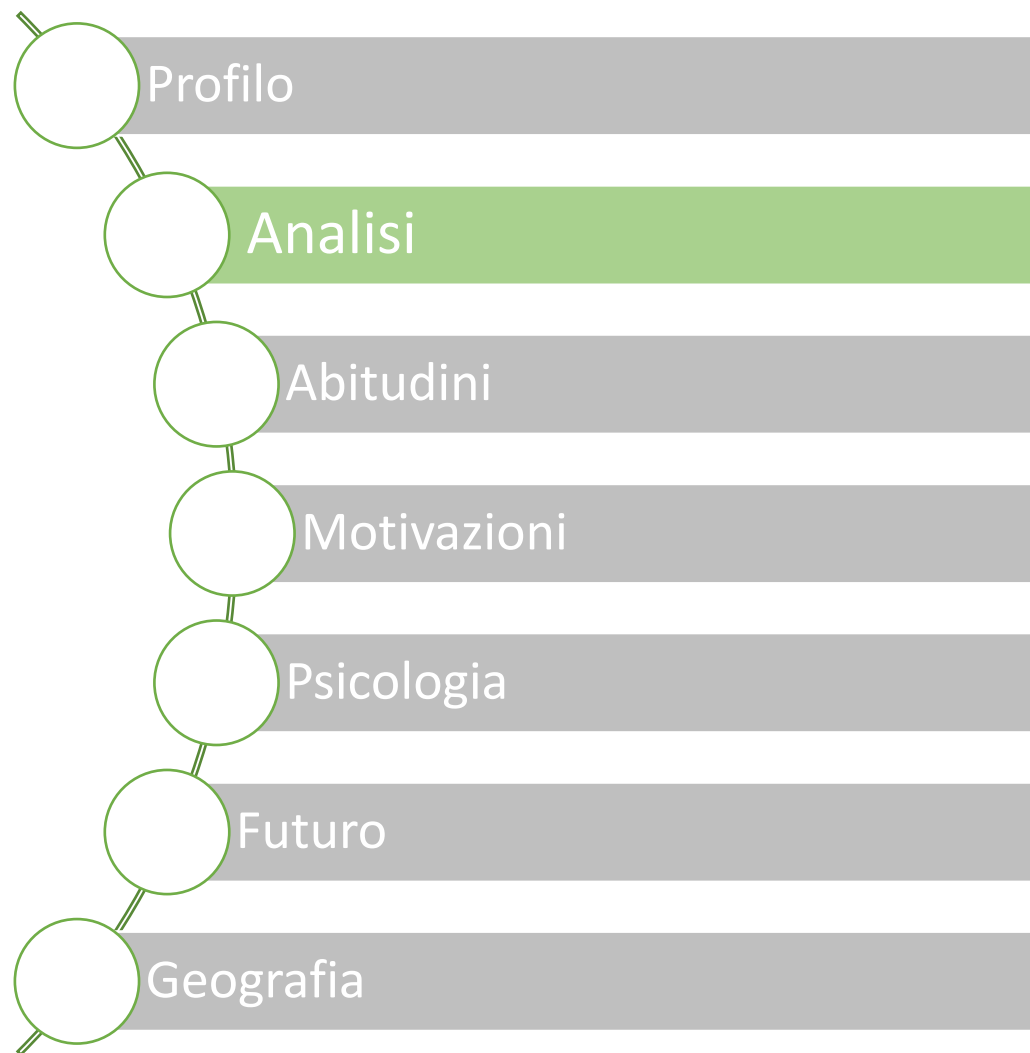


 **SPORT
E SALUTE**

 **asi**
ASSOCIAZIONI
SPORTIVE SOCIALI
ITALIANE

 **CIWAS**
#UnitiPerLoSport
Confederazione
Italiana Wellness
e Attività Sportive
per la Salute

 **IFO**





CONCLUSIONI Perché non sei iscritto ad una palestra?

▶ FRAGILI

1. **Mancanza di tempo**, per figli, famiglia e lavoro
2. **Costi troppo alti** e mancanza di soldi
3. **Non mi piace l'ambiente**, gente palestrata. Non è un posto dove divertirsi e non essendo in forma mi crea disagio.
4. Alcuni praticano **un'altra attività fisica e sport all'aria aperta.**

▶ ANZIANI

1. **Sono pigra, non voglio sudare**; non mi piace; non ne sento il bisogno
2. Hanno avuto **esperienze negative e hanno smesso. Mancanza di fiducia negli Istruttori.** Timore di farsi male.
3. **L'ambiente non piace; non si sentono a loro agio per l'atteggiamento; fanno le sfilate!!**
4. **Preferisco stare all'aria aperta**
5. **Mancanza di offerte per la mia età.**
6. **Costi alti** e così si allenano in casa.

▶ DONNE

1. **L'esperienza in palestra è stata negativa, non divertente e non si sentivano seguite.**
2. **Non piace l'ambiente, si sentono a disagio e non seguite.**
3. **"Mi vergognerei" perché non sono in perfetta forma fisica.**
4. **Mancanza di tempo** e voglia.
5. **Costo e preferiscono allenarsi da sole, camminare, correre, andare in bici.**

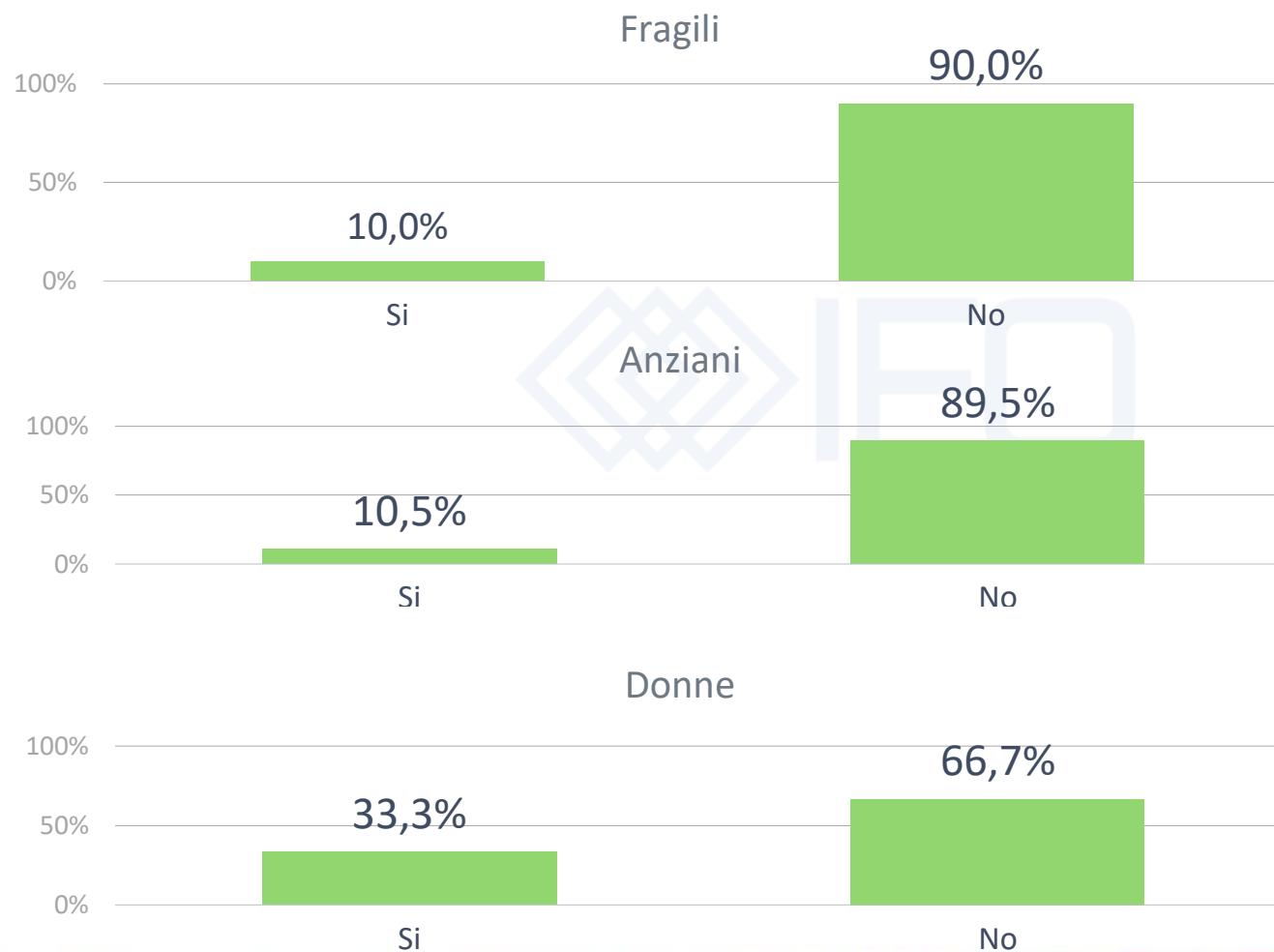


Attrezzature

Nel gruppo di Fragili e degli Anziani, la grande maggioranza non ha acquistato attrezzature per allenarsi in autonomia a casa o out-door.

Nel gruppo delle Donne, 2 terzi le hanno acquistate e 1 terzo no.

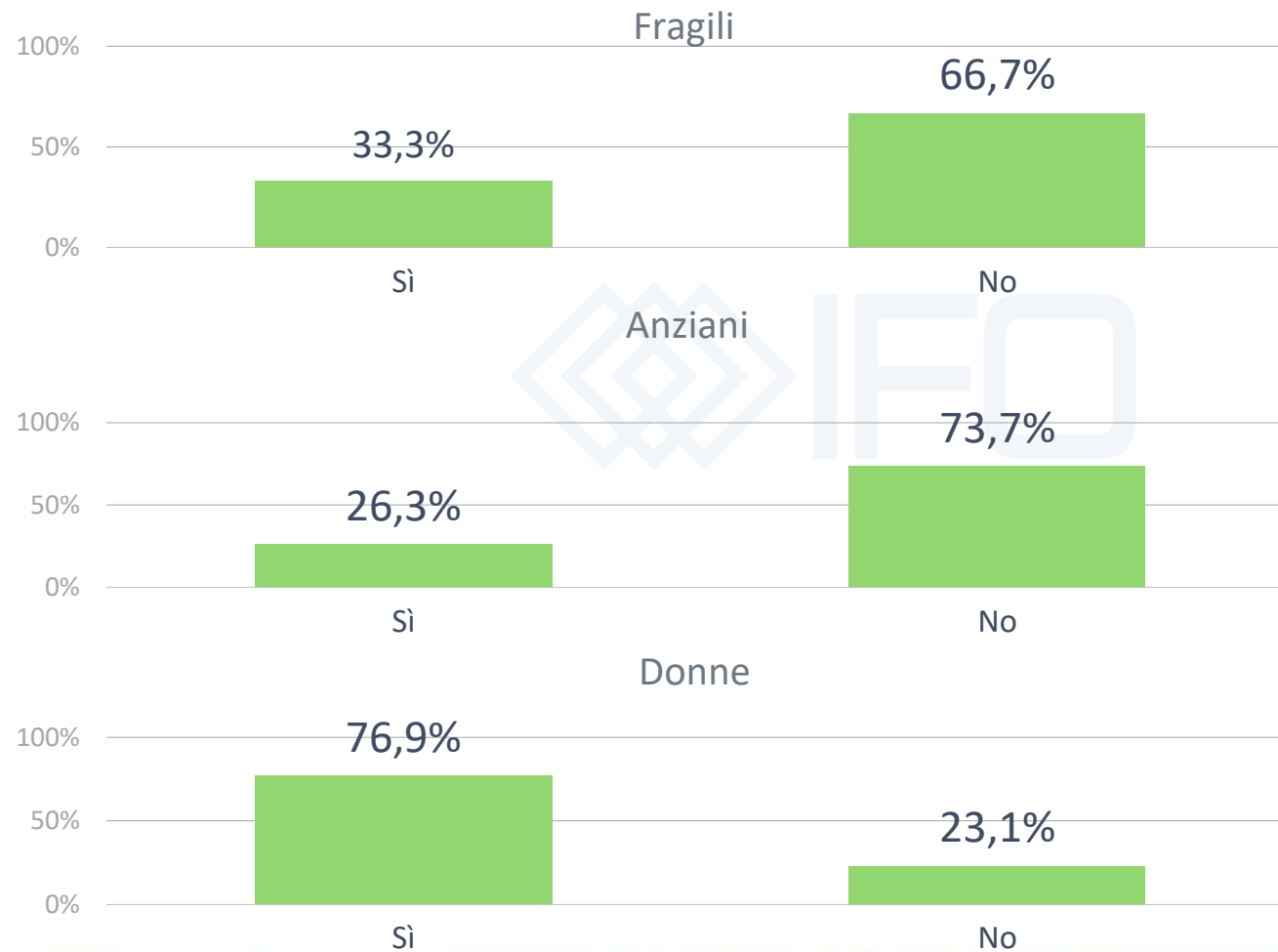
Hai acquistato attrezzature sportive per allenarti a casa/outdoor?



Braccialetti elettronici

Nel gruppo dei Fragili e degli Anziani, una buona parte non li usa, ma circa la metà li sta utilizzando. Molte Donne invece, li utilizzano e solo una piccola parte non li utilizza.

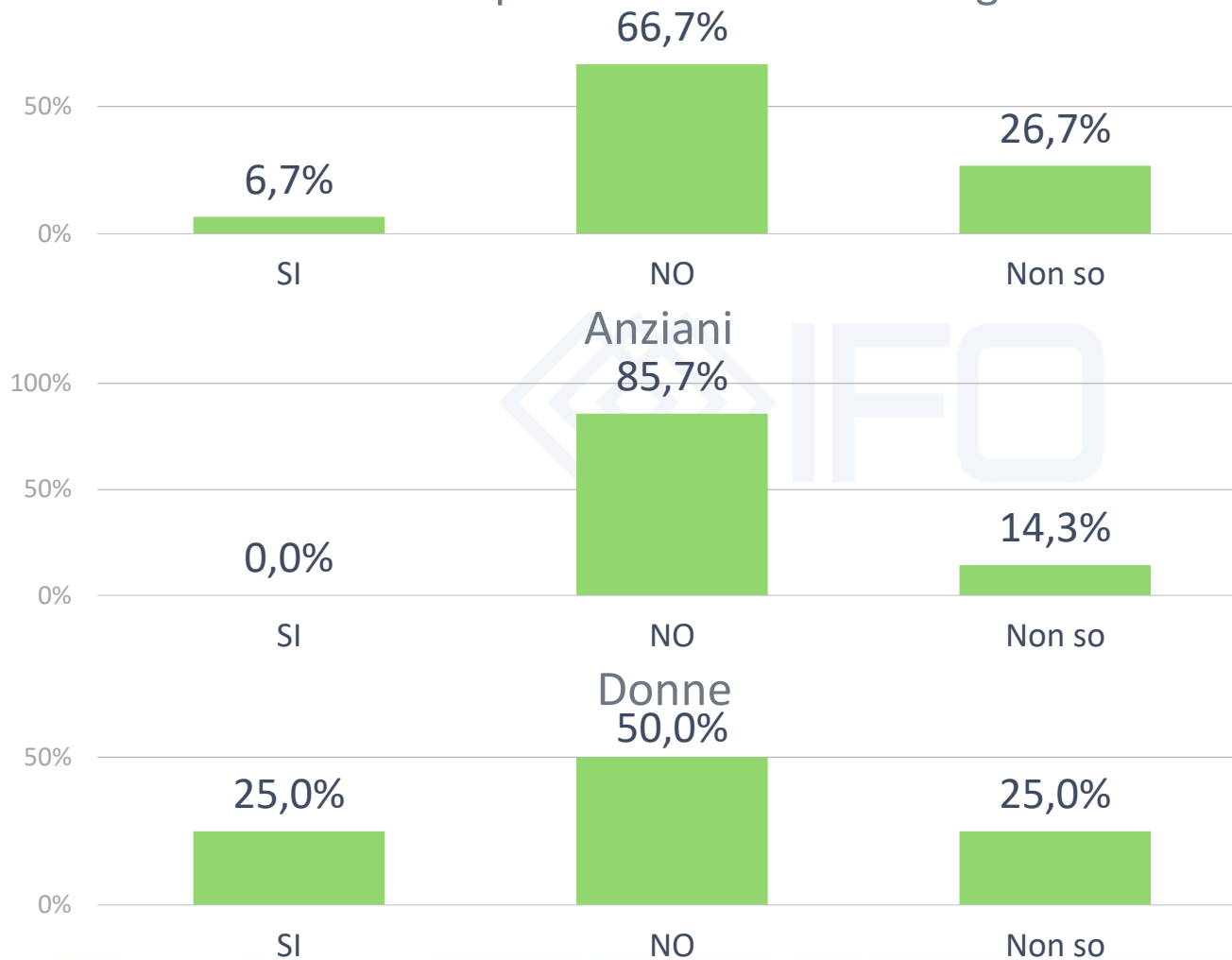
Usi braccialetti elettronici per misurazione funzioni fisiologiche? (battito, pressione, ecc.)



Braccialetti elettronici in futuro

In tutti i gruppi la risposta prevalente è No.
Nei Fragili ci sono alcuni indecisi.
Nel gruppo delle Donne, alcune affermano di poter essere interessate e una parte è indecisa se acquistarli in futuro.

Pensi di acquistarle in futuro? - Fragili

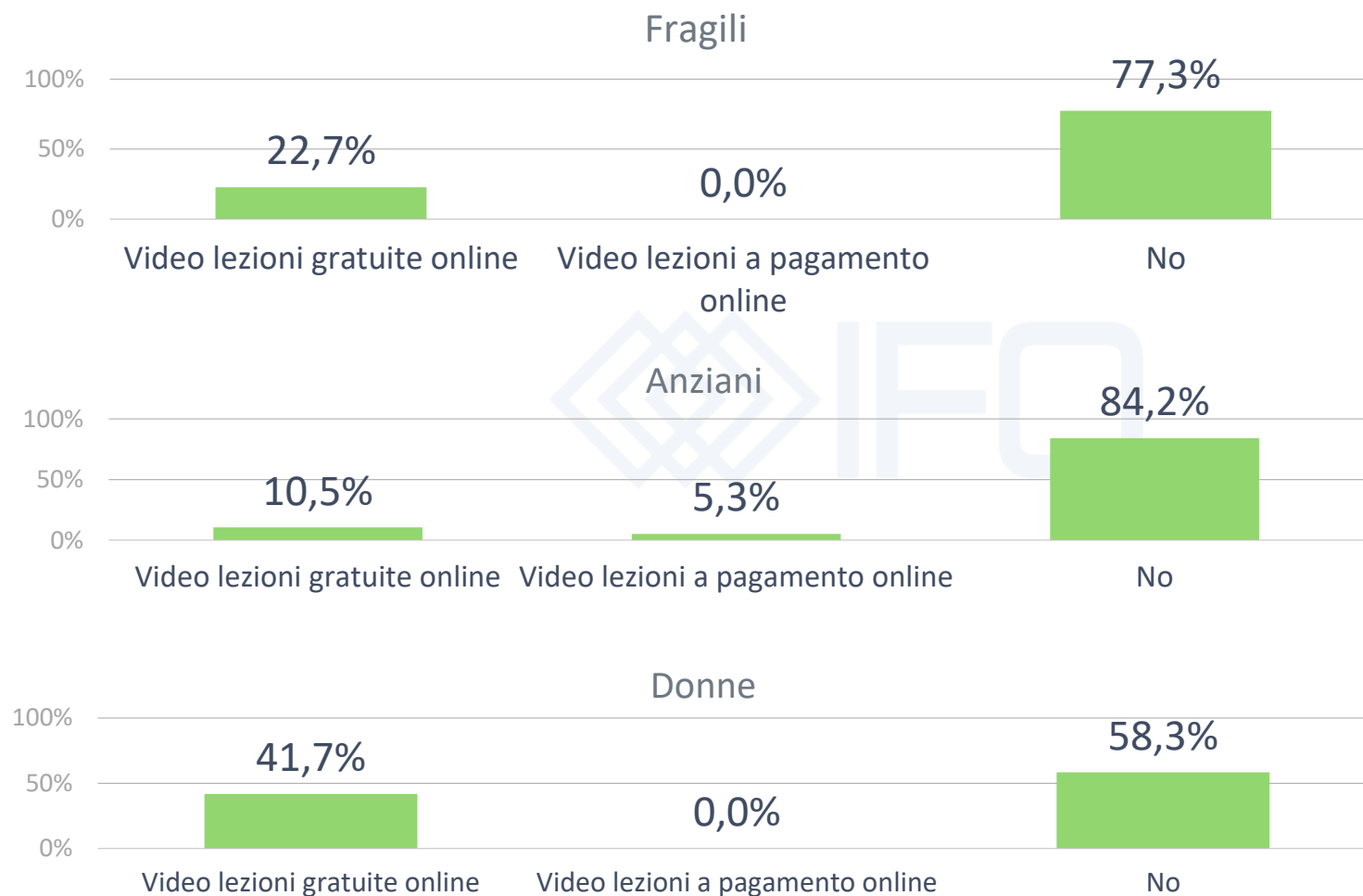


Stai utilizzando App per allenarti da casa/outdoor?

In tutti i gruppi la risposta prevalente è No.

Nei Fragili e nel gruppo di Donne, alcune persone hanno guardato video lezioni on-line, che hanno comunque preferito, in tutti i casi, all'uso delle App.

Stai utilizzando app per allenarti da casa/outdoor

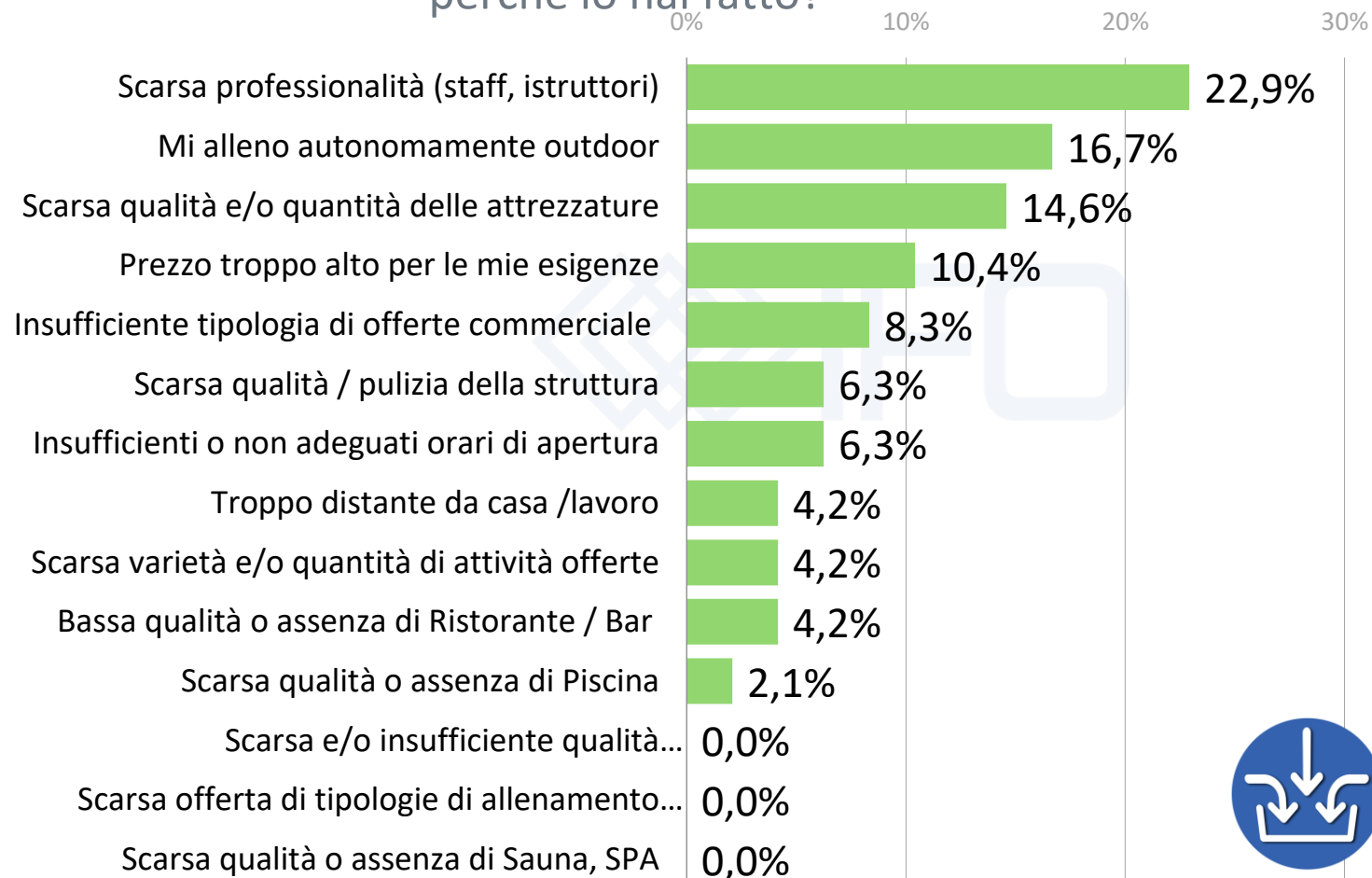




Se ti sei disiscritto da una palestra o club, perchè lo hai fatto?

Aggregando *Molto e Moltissimo* di tutti e 3 i target e sommandoli anche a chi ha risposto via mail al questionario, il motivo per cui chi era iscritto in palestra ha abbandonato è la scarsa professionalità degli staff e degli istruttori (23%). Al secondo posto l'allenarsi da soli (17%) Al terzo troviamo la scarsa qualità delle attrezzature (15%) e il prezzo troppo alto (8,3%). Segue la scarsa qualità della struttura e la pulizia (6,3).

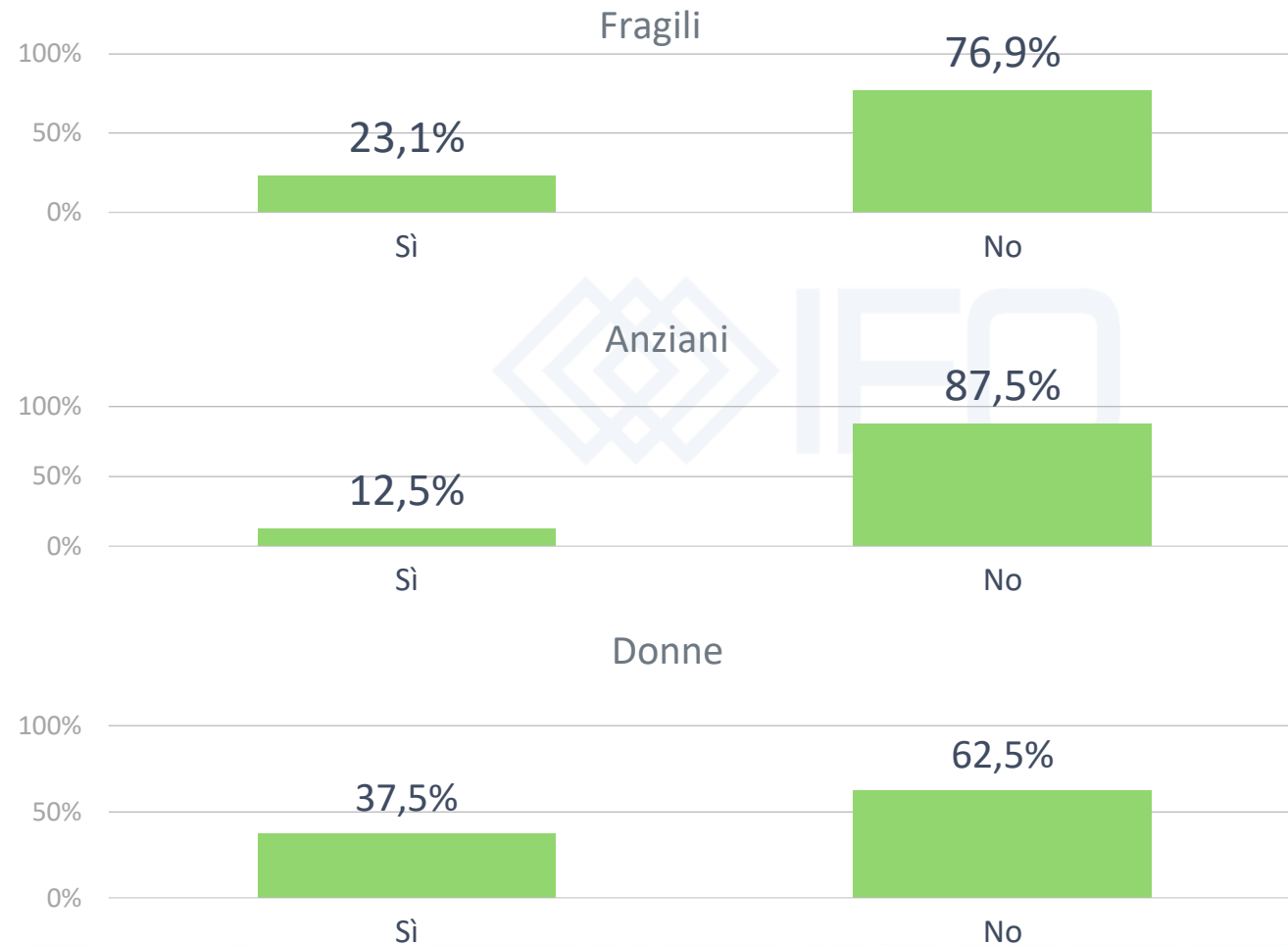
Se ti sei disiscritto da una palestra o club, perchè lo hai fatto?

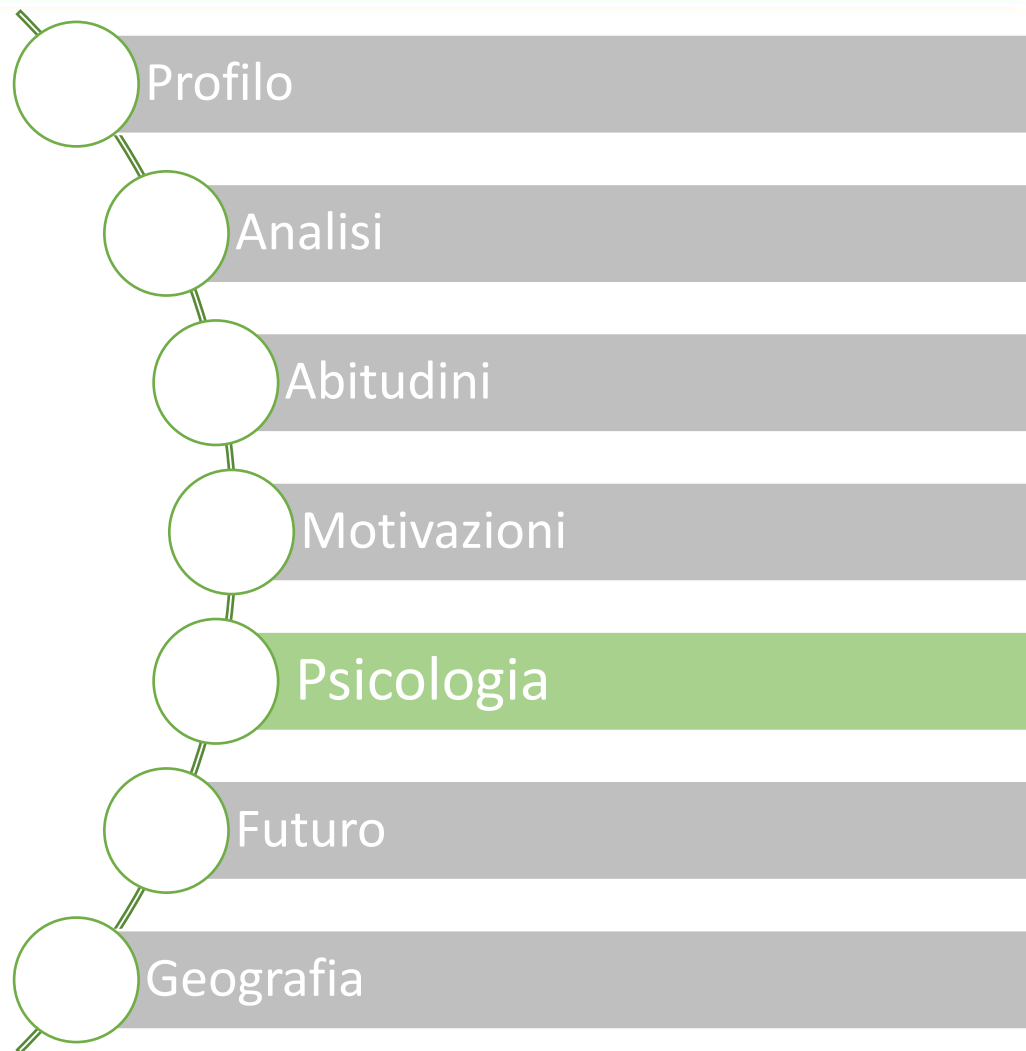


Se non hai rinnovato un abbonamento, ti hanno chiesto perché?

La risposta più frequente è: NO!
I club non si pongono la domanda del perché una persona non rinnova e non chiedono neanche agli ex soci, perdendo l'occasione di migliorare i servizi.

Ti hanno mai chiesto perché non hai rinnovato l'abbonamento e sei andato via da un Club?



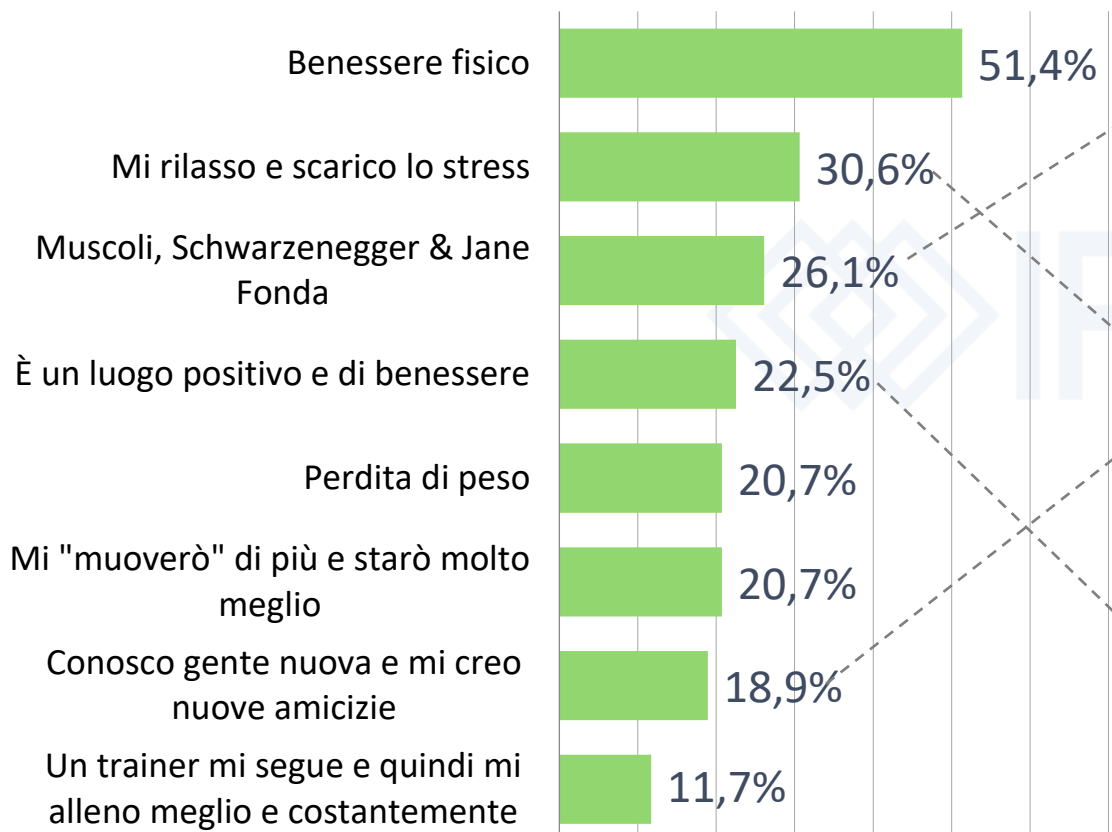




Se dico "palestra" TU e ALTRI a confronto

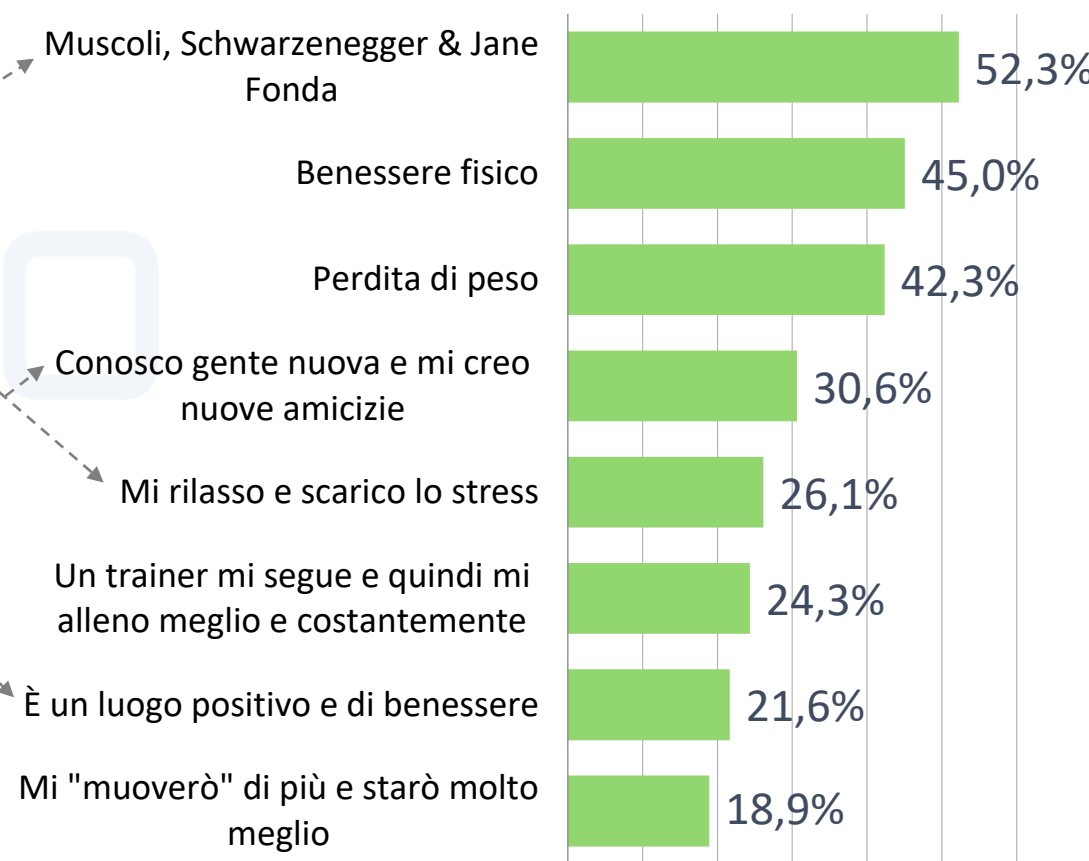
Se dico "palestra" TU cosa pensi?

0% 10% 20% 30% 40% 50% 60% 70%



Se dico "palestra" cosa pensano gli ALTRI?

0% 10% 20% 30% 40% 50% 60% 70%



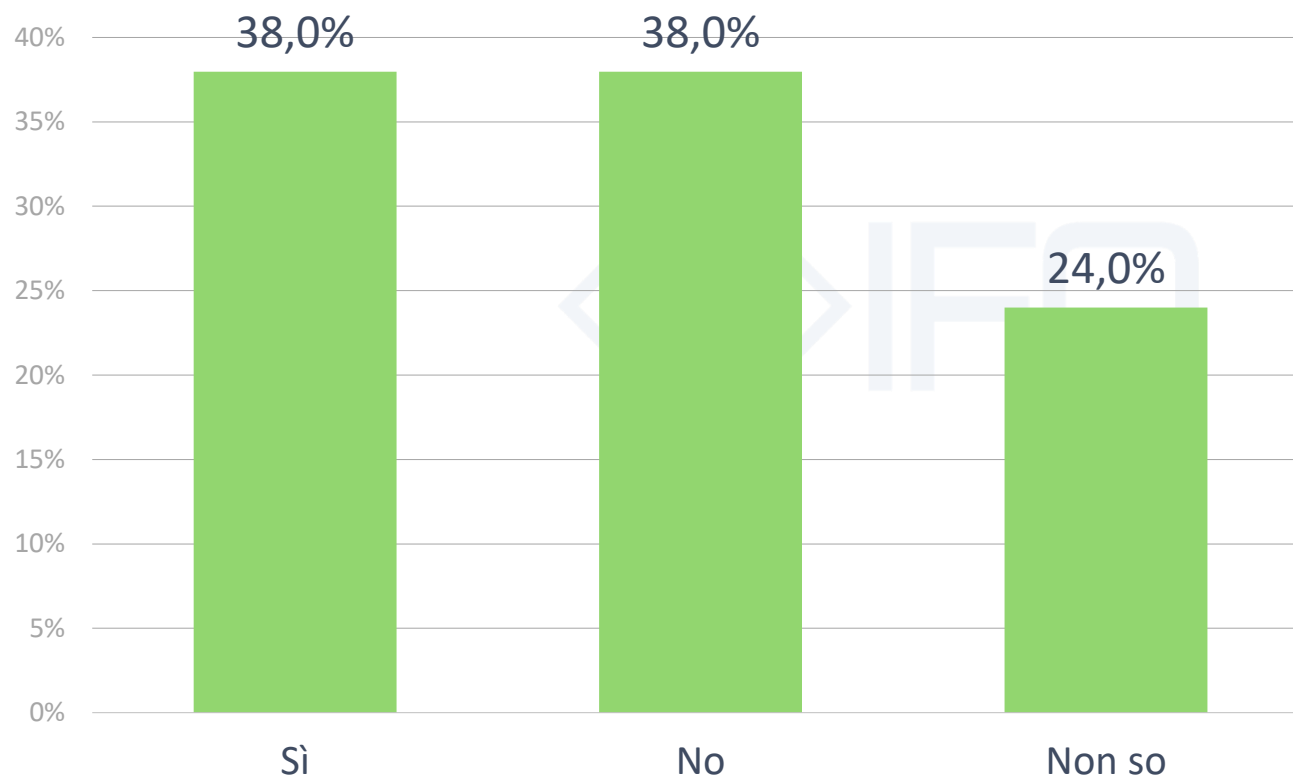




Molti interessati ad un abbonamento in palestra, a costi contenuti/convenzionati

Aggregando tutti e 3 i target e sommandoli anche a chi ha risposto via mail al questionario, il 38% degli intervistati ha detto SI e la stessa percentuale ha detto NO. Gli indecisi sono il 24%

Potresti essere interessato ad un abbonamento ad una palestra, a costi contenuti/convenzionati?

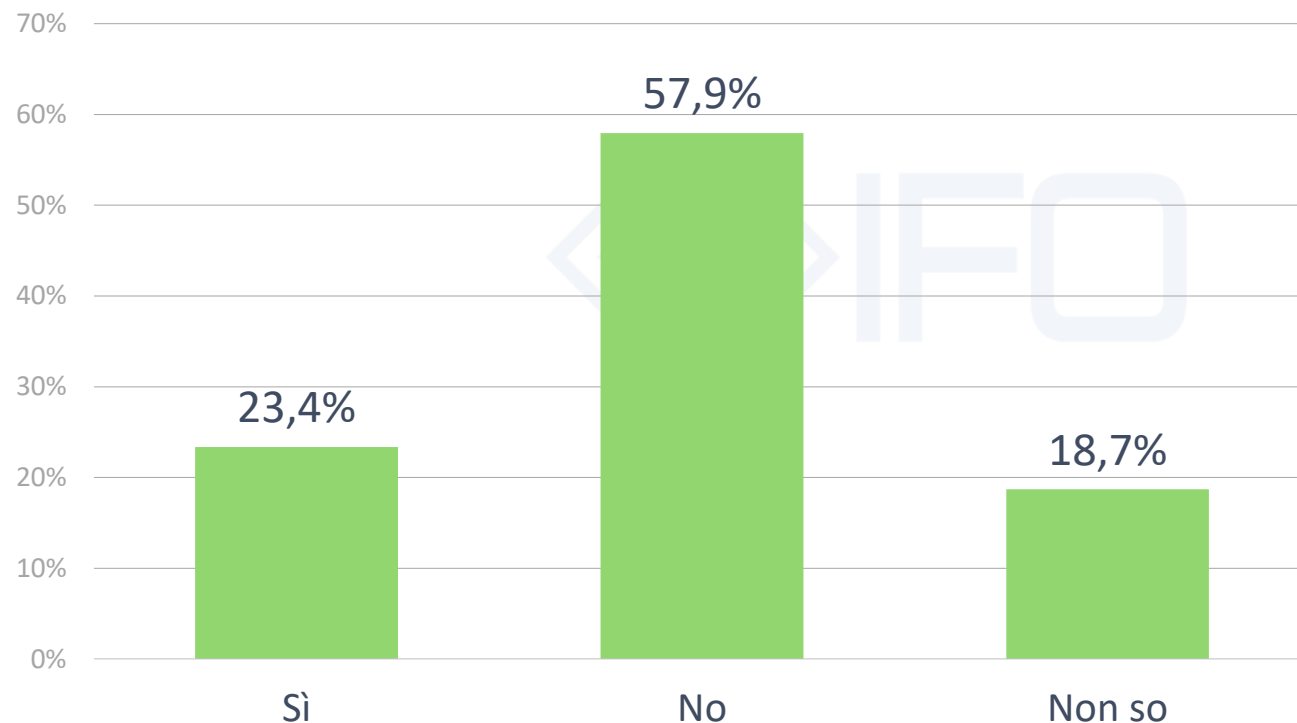




Abbonamenti, on-line e/o outdoor a costi molto contenuti

Aggregando tutti e 3 i target e sommandoli anche a chi ha risposto via mail al questionario, il 58% non è interessato, ma un buon 24% lo è, e una buona fetta (19%) è indecisa.

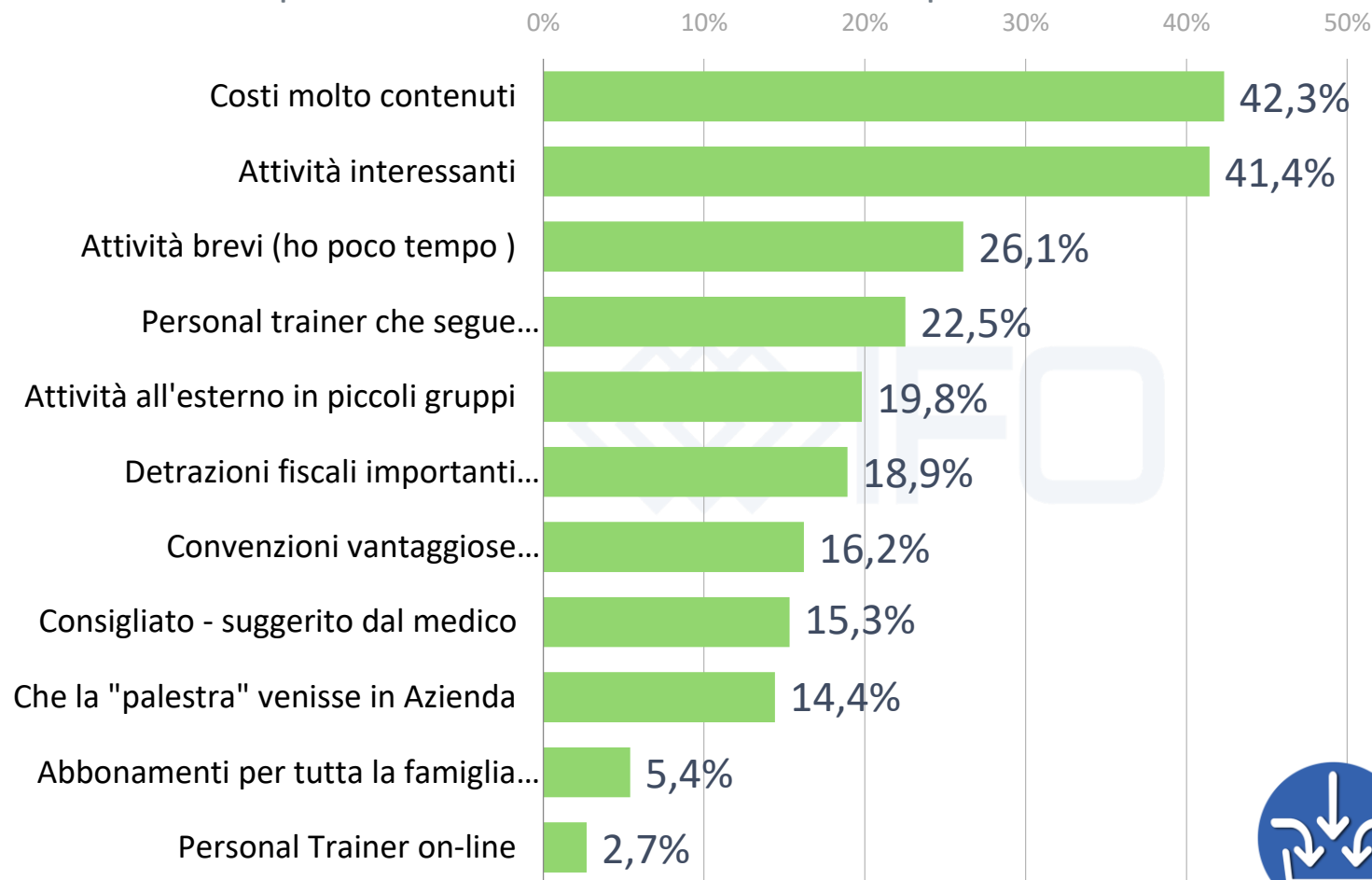
Potresti essere interessato ad un abbonamento in palestra, esclusivamente online e/o outdoor a costi convenzionati (senza accessi)



Che cosa potrebbe indurti ad iscriverti ad una palestra?

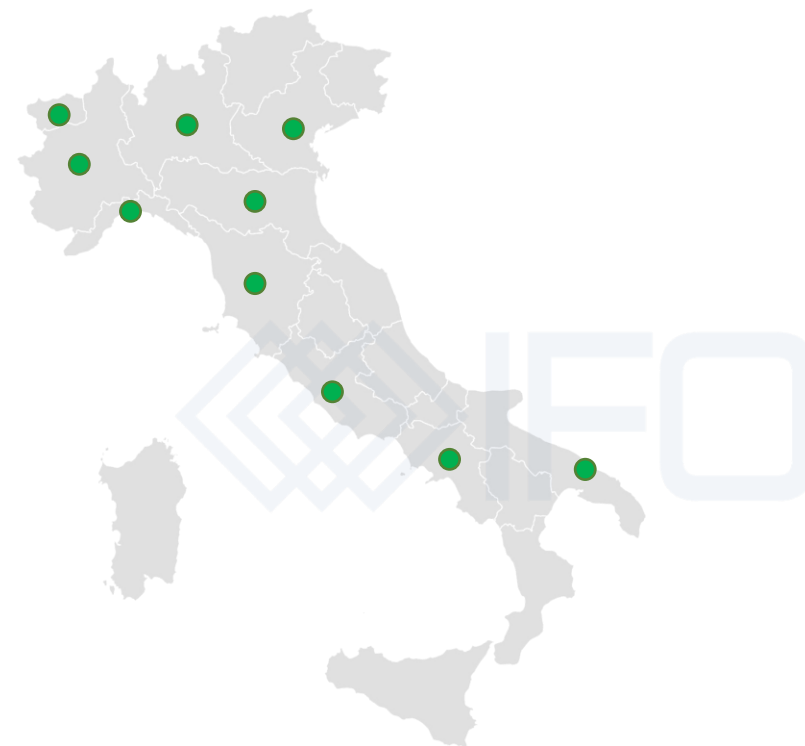
Aggregando *Molto e Moltissimo* di tutti e 3 i target e sommandoli anche a chi ha risposto via mail al questionario. Al primo posto troviamo Costi contenuti (42,3%). Un varietà interessante di attività 41,4%, e attività brevi (il 26%), per mancanza di tempo. Trainer che ti seguono al quarto posto (22,5% e attività in piccoli gruppi (20%). Poi le detrazioni fiscali sono ritenute importanti (19%) che si somma ai costi. L'aspetto economico è ritenuto da tutti fondamentale.

Che cosa potrebbe indurti ad iscriverti ad una palestra?



Regioni degli intervistati

Lombardia, Piemonte, Valle d'Aosta, Veneto, Liguria, Emilia
Romagna, Toscana, Lazio, Campania, Puglia.

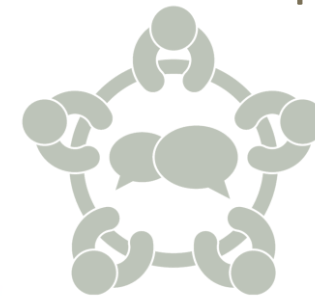


SPORT PLUS

Fitness in Italia

FOCUS GROUP

Ricerca di Mercato - Aprile 2023





CONCLUSIONI *Aree di incentivazione & Proposte operative*



- ▶ 1. **Maggiori stimoli e motivazioni possono favorire una frequenza costante in un club/palestra.**
- ▶ 2. **Definizione di Obiettivi concreti (come nelle attività sportive).**
- ▶ 3. **Spazio nei club/palestre dedicato alle donne.**
(o per Area e/o per orari dedicati)
- ▶ 4. **Palestra in Azienda.**



CONCLUSIONI *Aree di incentivazione & Proposte operative*



- ▶ 5. Incentivazione verso attività psico-motorie «morbide» come lo Yoga, Thai Chi, ecc.
- ▶ 6. Allenamenti brevi e in piccoli gruppi
- ▶ 7. Meccanismi che possano favorire l'attività motoria degli studenti universitari - Cultura dello sport e del movimento - Crediti Sportivi



Thank You

Dr. Paolo Menconi

+39 347 154 6581

info@ifo.academy

www.ifo.academy

